



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL
CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA

TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO TÉCNICO PARA TITULACIÓN DE GRADO

PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERA EN ECOTURISMO

LILY BERENICE LUCIO REINOSO

RIOBAMBA – ECUADOR
2019

Derecho de autor de Copyright

©2018, Lily Berenice Lucio Reinoso

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

EL Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El proyecto técnico: **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA**, de responsabilidad de la señorita **LILY BERENICE LUCIO REINOSO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizado su trabajo de presentación.

ING. NANCY PATRICIA TIERRA TIERRA
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



ING. ANA CAROLA FLORES
MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



Riobamba, febrero de 2019

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Lily Berenice Lucio Reinoso, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

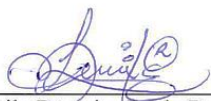
Riobamba, febrero de 2019.



Lily Berenice Lucio Reinoso
CI: 210078063-0

Página de responsabilidad y derechos compartidos

Yo, Lily Berenice Lucio Reinoso soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



Lily Berenice Lucio Reinoso.

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a Dios por bendecirme la vida y ser mi apoyo y fortaleza en cada etapa de mi vida.

A mis padres Olga Reinoso y Rubén Lucio, los cuales me han formado con buenos principios y valores.

A mi novio Michael Obando por animarme y apoyarme siempre a realizar un trabajo excelente.

A mis amigos y compañeros de carrera con quienes compartí gratos momentos en esta etapa importante de mi vida.

Lily Lucio R.

AGRADECIMIENTO

A mi maravilloso Dios y Padre celestial por guiarme a realizar este proyecto con sabiduría e inteligencia.

A mi amado papá Rubén por brindarme su apoyo incondicional para que logre cumplir una meta más en mi vida.

Al GAD Municipal del cantón Mera y actores del sector turístico por compartir su valiosa información y conocimiento.

A los estudiantes de séptimo semestre (período marzo – agosto 2018) de ecoturismo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por su acompañamiento técnico en el levantamiento de la información de este proyecto.

A los docentes de la Escuela de Ecoturismo por compartir sus conocimientos y de manera especial a las ingenieras Patricia Tierra y Ana Flores por su asesoramiento y apoyo incondicional en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Lily Lucio R.

ÍNDICE

II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. IMPORTANCIA	1
B. PROBLEMA	2
C. JUSTIFICACIÓN.....	2
III. OBJETIVOS	3
A. OBJETIVO GENERAL	3
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
IV. HIPÓTESIS.....	4
A. HIPÓTESIS DE TRABAJO	4
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	5
A. TURISMO	5
1. Turismo sostenible.....	5
2. Sistema turístico.....	5
A. PLAN DE DESARROLLO	6
1. Plan 7	
2. Elementos de un plan de desarrollo	7
B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL	7
1. Diagnóstico situacional.....	7
2. Diagnóstico participativo	8
3. Estudio de Mercado.....	8
4. Análisis situacional	16
C. MARCO FILOSÓFICO Y ESTRATÉGICO.....	19
1. Misión	19
2. Visión	20
3. Objetivos específicos y estratégicos.....	20
4. Políticas.....	21
5. Valores.....	22
6. Estrategias.....	22
D. PROGRAMAS Y PROYECTOS.....	22
1. Programa.....	22
2. Proyecto.....	23
E. PLAN OPERATIVO ANUAL	26
1. Estructuración del plan operativo anual	26
VI. MATERIALES Y MÉTODOS	29
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	29
1. Localización.....	29
2. Ubicación geográfica	29
3. Límites	29

4.	Características climáticas	30
5.	Características del suelo.....	30
6.	Clasificación ecológica.....	30
7.	Clasificadores diagnósticos	30
B.	MATERIALES Y MÉTODOS	31
1.	Materiales	31
2.	Equipos	31
C.	METODOLOGÍA	31
1.	Primer objetivo: Evaluar el potencial turístico del cantón Mera.....	31
2.	Segundo objetivo: Formular el marco filosófico y estratégico del plan	36
3.	Tercer objetivo: Estructurar los programas y proyectos del plan de desarrollo turístico sostenible del cantón Mera.....	37
VII.	RESULTADOS.....	38
A.	EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO	38
1.	Ámbito físico espacial	38
2.	Ámbito Socio cultural.....	41
3.	Ámbito ecológico territorial.....	52
4.	Ámbito económico productivo.....	62
5.	Ámbito político administrativo.....	63
B.	ESTUDIO DE MERCADO	67
1.	Análisis de la demanda.....	67
2.	Análisis de la oferta	104
3.	Análisis de la competencia	145
4.	Confrontación demanda – oferta	150
C.	VISIÓN FILOSÓFICA DEL PLAN	152
1.	Problemática que incide en el desarrollo turístico del Cantón Mera.....	152
2.	Visión	164
3.	Principios y valores.....	164
4.	Objetivos estratégicos.....	165
5.	Políticas.....	166
D.	PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE.....	167
1.	Programa: Coordinación intersectorial, seguridad ciudadana y políticas públicas	169
2.	Programa: Ambiental y gestión de riesgos	184
3.	Programa: Diversificación, promoción y comercialización de productos turísticos.....	196
4.	Programa: Formación de capacidades locales	225
5.	Resumen del cronograma y presupuesto del Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del cantón Mera.....	233
VIII.	CONCLUSIONES.....	236
IX.	RECOMENDACIONES.....	237

X. RESUMEN	238
XI. SUMMARY	239
XII. BIBLIOGRAFÍA	240
XIII. ANEXOS	246

INDICE DE TABLAS

Tabla V-1: Tabla descripción de la jerarquización de atractivos turísticos.....	11
Tabla V-2: Matriz del marco lógico	25
Tabla VI-1: Información de los ámbitos a recolectar	32
Tabla VII-1: Superficie del cantón Mera y sus parroquias	40
Tabla VII-2: Distribución de la población según el género	42
Tabla VII-3: Distribución de la población según edad	43
Tabla VII-4: Infraestructura de salud del cantón Mera	49
Tabla VII-5: Especies de flora representativa del cantón Mera.....	55
Tabla VII-6: Inventario de mamíferos registrados en el cantón Mera	55
Tabla VII-7: Inventario de aves registradas en el cantón Mera	57
Tabla VII-8: Especies de anfibios registrados en el cantón Mera	58
Tabla VII-9: Especies de reptiles registrados en el cantón Mera.....	59
Tabla VII-10: Especies De peces registrados en el cantón Mera.....	59
Tabla VII-11: Afluencia turística en el Cantón Baños de Agua Santa durante el año 2017	68
Tabla VII-12: Afluencia turística en el cantón Pastaza durante el año 2017	68
Tabla VII-13: Cálculo de la muestra para los cantones Baños y Pastaza	69
Tabla VII-14: Distribución de la demanda según la procedencia del turista nacional y la nacionalidad del turista internacional	70
Tabla VII-15: Distribución de la demanda según el género	72
Tabla VII-16: Distribución de la demanda por la edad	73
Tabla VII-17: Distribución de la demanda por el nivel de instrucción.....	74
Tabla VII-18: Distribución de la demanda según la ocupación.....	75
Tabla VII-19: Principal fuente de información turística.....	77
Tabla VII-20: Motivo de viaje	79
Tabla VII-21: Preferencia del tipo de atractivo turístico a visitar	80
Tabla VII-22: Atractivo turísticos de naturaleza	81
Tabla VII-23: Atractivos turísticos culturales	82
Tabla VII-24: Actividades turísticas culturales	84
Tabla VII-25: Actividades turísticas de naturaleza.....	85
Tabla VII-26: Facilidades turísticas.....	87
Tabla VII-27: Satisfacción de los servicios de la planta turística.....	88
Tabla VII-28: Modalidad de viaje	90
Tabla VII-29: Composición del grupo.....	91
Tabla VII-30: Duración del viaje.....	92
Tabla VII-31: Gasto promedio diario por persona en turismo.....	93
Tabla VII-32: Forma de pago	94
Tabla VII-33: Temporada de viaje	95
Tabla VII-34: Satisfacción del viaje	96
Tabla VII-35: Siguiendo destino de visita del turista internacional.....	97
Tabla IV-36: Perfil del turista que visita los cantones Baños de Agua Santa y Pastaza	99
Tabla VII-37: Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Mera.	105

Tabla VII-38: Resumen de la planta turística del cantón.....	132
Tabla VII-39: Listado de Agencias de viajes que operan en el cantón Mera	133
Tabla VII-40: Listado de los establecimientos prestadores de servicios de alojamiento en el cantón Mera.	134
Tabla VII-41: Listado de establecimientos prestadores de servicios de restauración en el cantón Mera	136
Tabla VII-42: Establecimiento prestador de servicios de recreación, diversión y esparcimiento la parroquia Mera.	138
Tabla VII-43: Análisis de la competencia interna y externa en base al sistema turístico.....	145
Tabla VII-44: Proyección de la demanda turística del cantón Baños de Agua Santa.....	150
Tabla VII-45: Proyección de la demanda turística del cantón Pastaza	151
Tabla VII-46: Matriz CPES (Causa, Problema, Efecto, Solución)	152
Tabla VII-47: Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas).....	159
Tabla VII-48: Matriz de Problemas FO-DO	161
Tabla VII-49: Matriz de problemas	162
Tabla VII-50: Priorización de problemas y definición de estrategias FO-DO - FA-DA.....	163
Tabla VII-51: Resumen de la propuesta del Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible.....	167
Tabla VII-52: Proyecto 1.1 Estrategia cantonal de seguridad ciudadana para el fomento turístico ...	171
Tabla VII-53: Proyecto 1.2. Generación de espacios de concertación intersectorial a nivel cantonal	177
Tabla VII-54: Proyecto 1.3 Creación de un marco legal para el fortalecimiento de la actividad turística cantonal	180
Tabla VII-55: Resumen del presupuesto del programa de Seguridad Ciudadana	183
Tabla VII-56: Cronograma del programa de Seguridad Ciudadana	183
Tabla VII-57: Proyecto 2.1. Educación Ambiental	186
Tabla VII-58: Proyecto 2.2. Plan de contingencia frente a riesgos naturales y antrópicos.	192
Tabla VII-59: Resumen del presupuesto del Programa Ambiental y de Gestión de Riesgos.....	195
Tabla VII-60: Cronograma del Programa Ambiental y Gestión de Riesgos	195
Tabla VII-61: Proyecto 4.1. Mejoramiento de señalética turística y mejoramiento de facilidades turísticas	198
Tabla VII-62: Proyecto 4.2. Diseño de productos turísticos innovadores en el cantón Mera	204
Tabla VII-63: Proyecto 4.3. Diseño de un plan de gestión cultural para la salvaguardia del patrimonio cantonal y su aprovechamiento turístico sostenible	213
Tabla VII-64: Proyecto 4.4. Posicionamiento de la oferta turística cantonal	218
Tabla VII-65: Presupuesto del programa Diversificación, Promoción y Comercialización de Productos Turísticos.....	224
Tabla VII-66: Cronograma del Programa Diversificación, Promoción y Comercialización de Productos Turísticos.....	224
Tabla VII-67: Proyecto 5.1 Generación de una unidad de asesoramiento técnico para la evaluación de futuros y actuales emprendimientos del cantón.	227
Tabla VII-68: Proyecto 4.2 Diseño e implementación de un sistema de capacitación y profesionalización turística	229
Tabla VII-69: Resumen del presupuesto del programa Formación de capacidades locales	232

Tabla VII-71: Resumen del cronograma y presupuesto de la propuesta del PLANDETUR del cantón Mera.	233
Tabla VII-72: Resumen del financiamiento de la propuesta del PLANDETUR del cantón Mera	235

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura VII-1: Mapa de ubicación geográfica del cantón Mera	39
Figura VII-2: Distribución de la población según género	¡Error! Marcador no definido.
Figura VII-2: Distribución de la población según edad	45
Figura VII-3: Cobertura de uso de suelo del cantón Mera	54
Figura VII-4: Mapa de las cuencas hidrográficas del cantón Mera	61
Figura VII-5: Estructura orgánica del gobierno municipal de Mera	64
Figura VII-6: Mapa de actores públicos y privados y su relación institucional en el territorio	66

I. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

"El crecimiento no es el enemigo, sino la gestión insostenible" dice Rifai (2017), el turismo internacional genera empleo, crecimiento económico y oportunidades de desarrollo para muchas comunidades de todo el mundo; sin embargo, esta fuente de prosperidad debe gestionarse de manera eficiente, para el bien tanto de los visitantes como de las comunidades receptoras, puesto que, el turismo es una actividad en permanente crecimiento, el cual se reflejó en un flujo de 598 millones de turistas internacionales viajando alrededor del mundo en el año 2017, tal crecimiento alcanza un 6% respecto al año anterior, superando con creces la tendencia alcista observada en los últimos años (OMT, 2017).

La OMT promueve el desarrollo a través de un turismo sostenible, con el fin de concertar esfuerzos para lograr un sector de turismo que proteja el medio ambiente, conserve el patrimonio cultural de los destinos y fomente el respeto de las comunidades locales en todo el mundo (OMT, 2017).

Ecuador, consiente de la riqueza biodiversa, multiétnica y pluricultural que posee, ha enfocado sus esfuerzos en ser parte de las oportunidades que brinda el sector turístico, pues considera la importancia de posicionar al país en el contexto internacional, aprovechando los potenciales mercados globales y regionales, así como la diversificación de servicios y productos para su inserción en los mismos, por tanto, plasma en el Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 Toda una Vida, al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera, respetando, reafirmando y apoyando las iniciativas locales, la mano de obra calificada, el uso de fuentes de energía renovable, los derechos de la naturaleza y el patrimonio cultural del país dentro de su cadena de valor, siendo estas las bases para un desarrollo turístico sostenible (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2017).

Por ello, la planificación crea nuevas oportunidades que potencian las capacidades de sus habitantes y se fomenta el desarrollo socioeconómico, político y cultural de la localidad (GAD Municipal de Mera, 2016), pues la ausencia de planificación genera un crecimiento desorganizado limitando la competitividad y el aprovechamiento de los beneficios económicos y sociales del turismo en un determinado sector (Arbeli, 2013).

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT) del cantón Mera, elaborado en el año 2015, el turismo se considera como una actividad productiva estratégica, al contar con atractivos turísticos potenciales, presentes dentro del parque Nacional Llanganates como parte de su territorio, con abundantes recursos hídricos y complejos turísticos entorno a sus ríos (Tigre y Pindo), bosques tropicales con diversidad de flora y fauna, entre otros (GAD Municipal de Mera, 2015).

Por consiguiente, la planificación sostenible permite evaluar el potencial turístico del territorio y orientar las acciones que deben llevarse a cabo a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores

tales como: la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y también las características o “vocación” del territorio (Mamani, 2017).

B. PROBLEMA

La ausencia de un plan de desarrollo turístico que guíe u oriente las acciones e inversiones en la actividad turística del cantón Mera, ha influenciado para que el potencial turístico de la zona sea poco aprovechado.

C. JUSTIFICACIÓN

En el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD, 2015) del Ecuador, en su artículo 54, se establecen entre las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, elaborar y ejecutar el plan cantonal de desarrollo en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial, coordinadamente con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial; regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal; fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como el turismo, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.

En el cantón Mera, el sector turístico está vinculado al PEA (Población Económicamente Activa) mediante actividades de alojamiento y alimentación, sin embargo, el flujo de turistas que recibe el cantón no se refleja en todo su potencial en cuanto a las otras actividades económicas vinculadas; el desarrollo de la actividad turística todavía carece de valor agregado y diversificación de la oferta de servicios; necesita planificación especializada para la creación y difusión de productos y servicios a nivel nacional (GAD Municipal de Mera, 2015).

Por consiguiente, esta investigación pretende aportar con un plan de desarrollo turístico para el cantón Mera, el cual identifique a través de programas y proyectos la implementación y/o adecuación de infraestructura, recursos, materiales y equipos necesarios e idóneos para promover de forma responsable un importante flujo de visitantes y turistas en los atractivos turísticos que conforman el cantón, mismo que a su vez permita la dinamización de la economía de las poblaciones locales relacionadas directa e indirectamente con las actividades que se desarrollan en torno a los mismos.

Con este plan, se aspira crear una herramienta de gestión que impulse el desarrollo turístico sostenible e inclusivo, pensado en la conservación y protección de su patrimonio natural y cultural, mediante la participación de todos los actores involucrados en procesos turísticos, de tal manera que, la oferta sea diversa, de calidad e innovadora, pudiéndose generar alternativas que apoyen a las actividades productivas de la población y favorezcan el buen vivir de la localidad.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de desarrollo turístico para el cantón Mera, provincia de Pastaza.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Evaluar el potencial turístico del cantón Mera.
2. Formular el marco filosófico y estratégico del plan.
3. Estructurar los programas y proyectos del plan de desarrollo turístico sostenible del cantón Mera.

IV. HIPÓTESIS

A. HIPÓTESIS DE TRABAJO

El Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Mera, se constituye en una herramienta de gestión que establece los programas y proyectos de inversión para impulsar la actividad turística a nivel cantonal.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

La Organización Mundial del Turismo (2007), dice que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico vinculado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, ya sea por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes), mientras el turismo coordina sus actividades generando un gasto turístico. Según la Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2015) señala que, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

La Organización Internacional del Trabajo (2016), difiere en su definición del turismo al hacer énfasis en las actividades con fines de ocio, placer, negocios u otros motivos no sólo realizadas por los viajeros sino también por los residentes.

1. Turismo sostenible

La OMT (2013) afirma que, el turismo sostenible tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

2. Sistema turístico

El sistema turístico por su parte está constituido por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, ya sea que su involucramiento sea como turistas o como anfitriones. El turismo se estructura en cuatro elementos sustanciales a saber: los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan, la infraestructura social, la planta turística y la superestructura. Estos elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes.

Figura IV-1: Sistema Turístico



Nota: Noboa P, 2006

A. PLAN DE DESARROLLO

Según Saavedra (2001), la planificación del desarrollo se concibe como un proceso dirigido a orientar el cambio social, en el cual los diferentes actores sociales intervienen de manera sistemática en el presente para construir el futuro garantizando el logro del desarrollo deseado y posible, protegiendo las opciones para las generaciones futuras. Coinciden Pérez & Merino (2013), al argumentar que, un plan de desarrollo es una herramienta de gestión que promueve el desarrollo social en un determinado territorio, puesto que se identifica las necesidades insatisfechas de la población para brindar la atención oportuna que ayude a la mejora de la calidad de vida de sus ciudadanos. Esta planificación se realiza con el consenso de los agentes públicos y privados, actores socioculturales y miembros de las comunidades que integran el producto cultural, recreativo y turístico, con el fin de generar compromisos de participación activa.

1. Plan

Ordaz & Saldaña (2005), dice que plan es un instrumento de carácter técnico político en el que de manera general y en forma coordinada se encuentran: lineamientos, prioridades, metas, directivas, criterios, disposiciones, estrategias de acción, financiamiento, y una serie de instrumentos con el fin de alcanzar las metas, alcances, y objetivos propuestos. Para Águila (2008), plan se refiere a la formulación de lineamientos políticos fundamentales, para permitir identificar prioridades que se deriven de esas formulaciones, asignar recursos acordes a las prioridades, establecer estrategias de acción y el conjunto de medios e instrumentos que sirvan para alcanzar metas y objetivos.

2. Elementos de un plan de desarrollo

- Participación del estado y todos los actores que conforman la sociedad de un territorio
- Consenso entre los participantes, reconociendo la propia responsabilidad que tienen los diferentes actores sociales para plantear un mejor porvenir.
- Apoyo y gestión para generar cambios y resultados trascendentes.
- Visión holística, articulando e integrando los diversos procesos, subprocesos y componentes que se requieren para el desarrollo (Saavedra, 2001).

B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL

La evaluación del potencial turístico de una zona permite determinar el territorio correspondiente en el que se lleva a cabo un proyecto de desarrollo turístico; Una evaluación precisa de su potencial constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones; El turismo sostenible (incluyen todas las modalidades de turismo amigables con el ambiente) tiene especial potencial de desarrollo en las zonas que ofrecen entornos naturales que se combinan con grupos étnicos que buscan la forma de reportar beneficios económicos a sus comunidades y se convierte en una motivación para la conservación y desarrollo sostenible (Tierra, 2009).

1. Diagnóstico situacional

Para Chiavenato (2006), el término Diagnóstico Situacional tiene mucho que ver con una corriente teórica denominada Enfoque Situacional o Contingencial, que es una corriente que parte del principio según el cual la Administración es relativa y situacional. Es decir, depende de las circunstancias ambientales y tecnológicas de la organización. En otras palabras, conjuga el momento y el contexto en que la organización se encuentra. Según Prado (2012), el diagnóstico situacional es el conocimiento

aproximado de las diversas problemáticas de una población objetivo, a partir de la identificación e interpretación de los factores y actores que determinan su situación, un análisis de sus perspectivas y una evaluación de la misma.

Velázquez (2013), complementa la definición al afirmar que, el diagnóstico situacional tiene como objetivos:

- Examinar el problema que se afronta y considerar con claridad y precisión qué se pretende conseguir con el desarrollo del diagnóstico.
- Considerar factores internos y externos de la organización, valorados por su incidencia y repercusión.
- Adelantar un pronóstico. Es decir, la evolución probable según las decisiones adoptadas.

2. Diagnóstico participativo

Según Coello (2007), el diagnóstico participativo es un instrumento empleado por las comunidades para la edificación en colectivo de un conocimiento sobre su realidad, en el que se reconocen los problemas que las afectan, los recursos con los que cuenta y las potencialidades propias de la localidad que puedan ser aprovechadas en beneficio de todos; lo cual, permite identificar, ordenar y jerarquizar los problemas comunitarios y, a través de ello, permite que la gente llegue mejor preparada a la formulación del presupuesto participativo. Así como planificar colectivamente actividades que les permitan mejorar su situación actual.

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2008), el diagnóstico participativo es una estrategia que estimula a los organismos y las comunidades a iniciar y apoyar el desarrollo, con la utilización de métodos visuales, donde la comunidad elabora sus planes para el manejo de los recursos naturales.

Tierra (2009), propone un matriz denominada: Diagnóstico 5 estrellas para el levantamiento de información primaria, la cual corresponde a datos generales y ámbitos: biofísico, socioeconómico, político-institucional y turístico, para lo cual, sugiere que dicha matriz sea elaborada con la participación de los principales actores relacionados con la actividad turística de la localidad.

3. Estudio de Mercado

Mercado & Palmerín (2007), este estudio mide el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que generan una demanda que justifique la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios, sus especificaciones y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar, considerando las estrategias más viables para su operación. Santos (2008) dice que, un estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto, puesto que, muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las

políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial, mediante el conocimiento de aspectos tales como:

- El consumidor y las demandas y del proyecto, actuales y proyectadas
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto actuales y proyectadas
- Comercialización del productos o servicio del proyecto.
- Los proveedores y la disponibilidad y precios de los insumos, actuales y proyectados

a. Análisis de la oferta turística

Calderón (2007) & Covarrubias (2015), concuerdan que el análisis de la oferta turística se fundamenta mediante un inventario recopilatorio y detallado con los elementos que configuran el sistema de la oferta de la zona de estudio, el inventario debe incorporar aspectos de valoración cualitativa y cuantitativa y la calificación de los mismos, incluyendo dimensiones sociológicas, socioeconómicas y antropológicas de análisis que influirán decisivamente en el resultado final. Álvarez (2009) & el Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España (2012) consideran a la oferta como: un conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados que se ponen en el mercado, de forma que estén disponibles para ser usados o consumidos por los turistas. Coincide Álvarez (2009) que, primero que se debe considerar el inventario de atractivos turísticos elaborado en la evaluación del potencial turístico, para realizar el resumen de evaluación y jerarquización de atractivos turísticos naturales o culturales que serán aprovechados por el proyecto.

La Secretaría Nacional de Turismo de Chile. SERNATUR (2008) concluye que, la oferta integrada por atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores.

1) Atractivo turístico

Willingre & Toyos (2010), afirma que, atractivo turístico trata de un objeto o acontecimiento capaz de motivar a un turista a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo. El Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España (2012) define a atractivo como: el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio, coincidiendo en parte de la definición con los autores anteriores, el Ministerio del Turismo del Ecuador (MINTUR, 2016), considera atractivos turísticos a los lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características propias (naturales y/o culturales), atraen el interés de un visitante motivando su

desplazamiento al mismo. Estos pueden ser tangibles o intangibles y constituyen uno de los componentes que integra el patrimonio turístico; y son un elemento primordial de la oferta turística.

a) Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales

Para el Ministerio de Turismo del Ecuador. MINTUR (2017), el inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional; Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado a la realización de análisis y planificación territorial turística.

b) Clasificación de atractivos turísticos

Según el MINTUR (2017), para la clasificación de atractivos se considera dos categorías: sitios naturales y manifestaciones culturales; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos.

En la categoría de *sitios naturales* se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o Litorales, ambientes marinos y tierras insulares.

En la Categoría *manifestaciones culturales* se reconocen los tipos: arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados. Los atractivos turísticos deben estar descritos por:

- Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.
- Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.
- Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos.

c) Evaluación y jerarquización

Siguiendo la metodología establecida por el MINTUR (2017) con criterios propuestos por la OEA, que se ha adoptado en el país como base para el levantamiento de atractivos turísticos, conforme se resume a continuación:

Tabla 1V-1: Tabla descripción de la jerarquización de atractivos turísticos

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
Jerarquía IV 76 a 100 puntos	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
Jerarquía III 51 a 75 puntos	Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
Jerarquía II 26 a 50 puntos	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.
Jerarquía I 11 - 25 puntos	Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
Recurso 0 - 10	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Nota: Dirección de Planificación de Destinos Turísticos; MINTUR, 2016

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo. (MINTUR. 2017).

2) Infraestructura

García (2008), define la infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico. Forman parte de la misma los siguientes:

- Servicios básicos: Agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc.
- Transportes: Puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- Caminos: Rutas existentes, estado.
- Servicios: Comercio, salud, educación, comunicaciones, etc.

3) Planta turística

Según Arauz (2012), planta turística es el registro de todas las instalaciones y los equipos de producción de los servicios turísticos de un país, y se les denomina equipamiento que se subdivide en cuatro categorías:

- Alojamiento
- Alimentación
- Esparcimiento
- Otros servicios

4) Superestructura

Según Boullon (2016), la superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

b. Análisis de la demanda turística

Para Kotler (2004), la demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago. Según Frasket (2003) la demanda es el volumen total físico o monetario que sería adquirido por un grupo de compradores en un lugar y período de tiempo dado bajo un determinado esfuerzo comercial y las condiciones que se presenten en su entorno. Fisher (2004), dice que la demanda son las cantidades de un producto que los consumidores compran a un precio que esté fijado en el mercado. Coincide Olamendi (2006) al manifestar que la demanda se refiere al valor que expresa la intención de compra de una colectividad, indica las cantidades de un cierto producto que los demandantes están dispuestos a comprar en función de su precio.

1) Universo

Según Ludewig (2005) el universo o población es Población (o universo) es cualquier colección finita o infinita de elementos o sujetos de investigación.

Carrasco (2009) señala que universo es el conjunto de elementos, personas, objetos, sistemas, sucesos, entre otras finitos e infinitos, a los pertenece la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático de la realidad, que es materia de investigación.

Según Cotrina (2013) dice que el universo es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con una determinada serie de especificaciones, que permitan resolver ciertos problemas de conocimiento; Los datos son obtenidos a través de un conjunto de unidades que constituyen el universo relevante para la investigación.

2) La muestra

Zorrilla & Torres (2011) señalan que, el muestreo es una técnica que consiste en la selección de una muestra representativa de la población o del universo que ha de investigarse, el muestreo establece los pasos o procedimientos mediante los cuales es posible hacer generalizaciones sobre una población, a partir de un subconjunto de la misma, con ayuda de las muestras inferimos: a) alguna o algunas propiedades del universo donde se obtienen, y b) no tener que estudiar exhaustivamente todos los elementos que lo componen, además las dos grandes ventajas del muestreo son la economía y la rapidez en la obtención de los datos.

3) Tamaño de la muestra

Aching (2007) dice que el tamaño de la muestra depende de 3 aspectos: Error permitido; Nivel de confianza estimado; Carácter finito o infinito de la población.

Agrega que, las fórmulas generales para determinar el tamaño de la muestra son las siguientes:

Para poblaciones infinitas o desconocidas.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Para poblaciones finitas o conocidas

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 + (p \cdot q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

$(p \cdot q)$ = Probabilidad de ocurrencia

z = constante de posibilidad de error

e = margen de error

Cuando el valor de P y de Q sean desconocidos o cuando la encuesta abarque diferentes aspectos en los que estos valores pueden ser desiguales, es conveniente tomar el caso más adecuado, es decir, aquel que necesite el máximo tamaño de la muestra, lo cual ocurre para $P = Q$, luego, $P = 0,5$ y $Q = 0,5$.

Complementa Quesada (2010) al decir que la muestra es un subconjunto de una población, la cual es representativa cuando los elementos son seleccionados de tal forma que pongan de manifiesto las características de una población. Su característica más importante es la representatividad.

c. Competencia

Según Calderón (2007) el análisis de la competencia describe a los competidores, para saber, quiénes son, dónde están, que tamaño tienen, cuánto usan de este tamaño y cuál es la participación en el mercado o volumen total de ventas, además evalúa las fortalezas y debilidades de la competencia y de sus productos o servicios; Conocer las estrategias de diferenciación, las barreras de protección y las estrategias de mercadeo de la competencia son elementos que permitirán definir estrategias de competitividad y mercadeo para capturar la participación de mercadeo.

Para Kloster (2014) la competencia significa rivalidad entre empresas que participan en un mercado aplicando sus mejores estrategias de manera que pueden minimizar sus costos, maximizar sus ganancias y así mantenerse activas e innovadoras frente a otras empresas rivales, con ello busca que los agentes económicos se esfuercen por mejorar el uso de recursos para producir bienes y servicios, perfeccionar e innovar en la calidad y variedad de éstos, con la finalidad de que reditue en mejoras en competitividad y más beneficios para los consumidores.

d. Confrontación oferta - demanda

1) Proyección demanda - oferta

Chambi (2012), dice que, la proyección de oferta y demanda es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio.

Según Pérez (2017) la fórmula del interés compuesto se utiliza para saber si es conveniente realizar inversiones a largo plazo, puesto que, se deriva de ir añadiendo intereses sucesivos al interés principal, pudiendo los intereses generar más intereses, lo cual produce un efecto multiplicador del dinero a lo largo del tiempo. Para la aplicación de la fórmula se utiliza el Índice de Crecimiento Anual (ICA).

Fórmula del interés compuesto: $Co = Cn (1+i)^n$

Dónde:

Co= Años a proyecta

Cn= Demanda actual de turistas. Oferta anual

i= Incremento anual de turismo nacional e internacional de la oferta turística

n= El tamaño a proyectarse

Según Muñoz (2014), el método de los mínimos cuadrados, se utiliza para conocer la demanda futura a partir de la demanda histórica, con la siguiente fórmula:

$$y = a + bx$$

Ajustando con:

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

2) Demanda potencial

Viene dada por el número teórico de personas susceptibles de adquirir el producto considerado, el mercado potencial real está determinado por el poder de compra y el deseo de comprar, la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real (Álvarez, 2009). No tiene respaldo inmediato de compra y que está basada en los ingresos potenciales del consumidor (Contreras, 2009).

3) Demanda insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él (Collazos, 2002). La comparación entre competencia vs demanda, facilita la determinación de la demanda insatisfecha históricamente la cual se caracteriza por ser insatisfacción al mercado por el bien y/o servicio que se va ofertar (Muñoz, 2011).

4. Análisis situacional

Según Salgado (2007), el análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve una institución, organización o territorio en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno. Novoa (2009) dice que el análisis situacional es una exploración de todos los factores que influyen sobre las actividades que alguna organización, institución o territorio realiza y como influirán en el futuro. La óptima identificación del entorno permitirá determinar las oportunidades y amenazas presentes en el entorno externo y las fortalezas y debilidades que tiene en su ámbito interno.

a. Importancia

La importancia del análisis situacional se establece en los siguientes aspectos:

- Punto de partida de la planificación estratégica, es decir define los procesos futuros de las empresas, comunidad u organización.
- Reúne información sobre el ambiente externo e interno de la organización para su análisis, y posterior pronóstico del efecto de tendencias en la industria o ambiente empresarial.

- Conformar un cuadro de la situación actual de la empresa, comunidad u organización, permitiendo obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones para controlar las debilidades, enfrentar las amenazas y aprovechar las oportunidades utilizando las fortalezas de la compañía.
- Establece la relación que existe entre la empresa con sus clientes, proveedores, intermediarios y la competencia. (Salazar, 2008).

b. Análisis de involucrados

Betancourt (2017) dice que el análisis de involucrados es la identificación de los actores del proyecto, lo que incluye la investigación e interpretación de sus necesidades, expectativas e intereses. En dicho análisis, además de identificarlos definimos su rol, participación e impacto. Esto lo hacemos para crear estrategias que permitan beneficiar al proyecto y asegurar su continuidad y posterior éxito.

Generalmente los involucrados de un proyecto caen dentro de los siguientes grupos:

- Beneficiarios
- Los que lo implementan / ejecutan
- Los que toman las decisiones
- Los que financian

c. Matriz FODA

Ponce (2007), define como FODA a la evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Tierra (2009) complementa que, El análisis FODA provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas, dentro de este análisis se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del ámbito externo en relación al que hacer interno.

1) Fortalezas

Vignati (2006), confirma lo que Porter (1998) opina sobre las fortalezas y oportunidades al mencionar que son, en conjunto, las capacidades, es decir, los aspectos fuertes como débiles de las

organizaciones o empresas competidoras (productos, distribución, comercialización y ventas, operaciones, investigación e ingeniería, costos generales, estructura financiera, organización, habilidad directiva, etc.)

Ponce (2007) afirma lo que McConkey, (1988) & Stevenson (1976) mencionan que, una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con ciertos atributos psicológicos y la evidencia de su competencia (Ponce, 2007). Agrega Tierra (2009) al mencionar que, las fortalezas son características intrínsecas de los insumos, procesos y productos que apoyan la institución para aprovechar las oportunidades que le protegen de las amenazas provenientes del entorno; Una fortaleza, es haber conseguido una buena posición, haber alcanzado un grado de solidez, poseer energía, firmeza y constancia en determinado campo, área o aspecto del que hacer institucional.

2) Debilidades

Ponce (2007) confirma lo que Henry (1980), define una debilidad como un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, lo que la coloca en una situación débil. Coincide Tierra (2009) al expresar que, las debilidades son manifestaciones que denotan un problema, desventaja, dificultad, entropía o insatisfacción de necesidades. Son aquellas desventajas o factores que provocan vulnerabilidad en la institución y a las cuales otras similares presentan ventajas.

3) Oportunidades

Ponce (2007), define como oportunidades aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones. Complementa Tierra (2009), al expresar que las oportunidades son cualquier elemento o circunstancia del ambiente externo que, a pesar de no estar bajo control directo de la institución, pueden constituirse en una contribución para alguna de sus actividades importantes.

4) Amenazas

Ponce (2007) dice que, las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos

negativos y problemas potenciales. Añade Tierra (2009) que, las amenazas son elementos del medio externo relevante que no puede convertirse en una desventaja – riesgo – peligro para el desempeño de alguna de las actividades más importantes de una institución o programa.

d. Matriz CPES

La Fundación Gabriel Piedrahita afirma que, los diagramas: causa-efecto ayudan a pensar sobre todas las causas reales y potenciales de un suceso o problema, y no solamente en las más obvias o simples, siendo idóneas para motivar el análisis y la discusión grupal, de manera que cada equipo de trabajo pueda ampliar su comprensión del problema, visualizar las razones, motivos o factores principales y secundarios, identificar posibles soluciones, tomar decisiones y, organizar planes de acción (Tierra, 2009).

La matriz causa efecto propone para el levantamiento de la información básica, una matriz estructurada por un conjunto de filas y columnas contentivas de la siguiente información:

En una primera columna se le asignan números a cada una de las causas;

- Lista de los problemas seleccionados por la comunidad, ordenados de mayor a menor importancia;
- El efecto con el que se está relacionando,
- En la cuarta se colocan el conjunto de alternativas propuestas por los participantes durante la realización de los talleres vivenciales, ordenadas y relacionados de acuerdo con cada una de los problemas indicados en la columna anterior (Tierra, 2009).

C. MARCO FILOSÓFICO Y ESTRATÉGICO

1. Misión

Jack Fleitman (2000), dice que la misión es lo que pretende hacer la empresa y para quién lo va hacer; Es el motivo de su existencia, da sentido y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general. Para Aranda (2007), la misión es la concepción implícita del porqué de la organización, su razón de ser, presenta las cualidades y características que explican la existencia de la institución ante los ojos de la sociedad, en esencia constituye su finalidad expresada en sentido filosófico y paradigmático.

2. Visión

Según Arthur Thompson & A. J. Strickland (2001), definen como visión a la exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc. Según Aranda (2007), la visión representa el ideal que la institución desea alcanzar para servir a sus destinatarios finales a través de la práctica social que oferta. Constituye en una aspiración factible, un sueño realizable, difícil pero no imposible.

3. Objetivos específicos y estratégicos

Según Arias (2006), los objetivos específicos indican con precisión los conceptos, variables o dimensiones que serán objeto de estudio. Se derivan del objetivo general y contribuyen al logro de éste; Es decir, representan logros particulares para alcanzar el objetivo general, deben orientar el desarrollo de la investigación, así como también facilitar la estructura de la metodología. Con los objetivos específicos se espera, encontrar también obtener respuesta a ¿cuál será el conocimiento generado si el trabajo se realiza?, ¿qué se espera desarrollar?

Aranda (2007) agrega que, en un plan de desarrollo se deben formular objetivos estratégicos y objetivos específicos u operativos; Los objetivos estratégicos apuntan a la solución de los grandes problemas institucionales de mediano y largo plazo (de uno a cinco años y más de cinco años) y los objetivos específico, los problemas concretos de corto y mediano plazo (de hasta un año y de entre un año a cinco años).

a. Características de los objetivos

- Constituyen un desafío para la organización, por consiguiente, requieren de un alto nivel de creatividad.
- Mantienen una idea general de la estrategia que hará posible su cumplimiento para que sean factibles de realizarse.
- Los objetivos son claramente establecidos, con el mínimo de ambigüedad, no solamente con el propósito de que sean entendidos por todos los sectores, sino que puedan transformarse en políticas, estrategias y metas concretas.
- Los objetivos procuran ser cuantificables, a fin de facilitar su ejecución y evaluación.
- Los objetivos refieren los aspectos más relevantes del quehacer institucional.
- Guardan coherencia, armonía y correlación con la misión, políticas, estrategias y metas institucionales. (Aranda, 2007).

Santos (2011) sugiere que cuando se identifiquen los objetivos como parte de un ejercicio para preparar un proyecto personal, equipo, empresa utilice el acrónimo SMART como lista de comprobación, para ver si el objetivo es bueno. (Asegúrese de que cada objetivo comienza por un verbo en infinitivo). Los objetivos deben derivarse de, y ser consistentes con la intención de las metas identificadas.

Los objetivos de un proyecto deben ser «SMART».

Deben ser:

- Específicos (Specific): Claros sobre qué, dónde, cuándo y cómo va a cambiar la situación;
- Medibles (Measurable): que sea posible cuantificar los fines y beneficios;
- Realizables (Achievable): que sea posible lograr los objetivos (conociendo los recursos y las capacidades a disposición de la comunidad);
- Realistas (Realistic): que sea posible obtener el nivel de cambio reflejado en el objetivo;
- Limitado en tiempo (Time bound): estableciendo el periodo de tiempo en el que se debe completar cada uno de ellos.

4. Políticas

Según Aranda (2007), las políticas constituyen el elemento que da direccionalidad y orientación al plan. Son formuladas a partir de la misión y los objetivos estratégicos. La mayor responsabilidad y compromiso en su estructuración recae en los directivos de la organización.

Las políticas por su flexibilidad y permeabilidad, en su mayoría no rebasan el horizonte del plan, siendo estas de corto y mediano plazo.

a. Características de las políticas

- Constituyen un desafío para la organización, por consiguiente, requieren de un alto nivel de creatividad.
- Mantienen una idea general de la estrategia que hará posible su cumplimiento para que sean factibles de realizarse.
- Los objetivos son claramente establecidos, con el mínimo de ambigüedad, no solamente con el propósito de que sean entendidos por todos los sectores, sino que puedan transformarse en políticas, estrategias y metas concretas.
- Los objetivos procuran ser cuantificables, a fin de facilitar su ejecución y evaluación.
- Los objetivos refieren los aspectos más relevantes del quehacer institucional.
- Guardan coherencia, armonía y correlación con la misión, políticas, estrategias y metas institucionales. (Aranda, 2007).

5. Valores

Los valores son el reflejo del comportamiento humano basado en los principios. Los principios, son normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta de los integrantes de un grupo humano, y en suma se busca que todos los miembros de la organización internalicen y vivan en armonía. (UTS, 2013).

6. Estrategias

Aranda (2007), afirma que, las estrategias son caminos o mecanismos que la institución considera viables a fin de hacer factible la ejecución de los objetivos y políticas. En otros términos, es el diseño de posibilidades que aseguran que los objetivos básicos de la organización sean logrados.

D. PROGRAMAS Y PROYECTOS

Según la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2012) manifiesta que, las intervenciones (programas y proyectos) que se definan serán una respuesta a las causas del problema identificado, y cuando se ejecuten en el territorio deberán responder a las características y particularidades del mismo. Así, las decisiones de dónde y en qué invertir responderán a las necesidades reales de cada lugar, a fin de reducir brechas territoriales e impulsar la equidad territorial en la diversidad, de tal forma que se maximicen los impactos positivos y se optimicen los recursos públicos.

1. Programa

Ordaz & Saldaña, (2005), afirma que, programa es el proceso de selección de fines de la entidad y el medio para obtenerlos; En primer término, implica la determinación de objetivos concretos, definidos en su número, naturaleza y grado; En segundo implica la identificación y selección de las acciones necesarias para alcanzar dichos objetivos, su naturaleza, volumen y tiempo, tomando en consideración a los recursos financieros y materiales y además servicios disponibles.

Para la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2012), enfoca su definición de programa, basado en la inversión pública como: un conjunto de proyectos de inversión, organizados y estructurados dentro de una misma lógica temporal, afinidad y complementariedad, agrupados para alcanzar un objetivo común que responda a las necesidades cambiantes y/o situaciones contingentes; para su ejecución, podrán intervenir varias instituciones; sin embargo, los programas estarán liderados por una institución ejecutora responsable de su gestión; los proyectos que conformen el programa podrán

ser incluidos, excluidos o reemplazados únicamente cuando no se desvíen del objetivo al que está orientado el programa.

2. Proyecto

Córdova (2011), indica que proyecto se refiere a un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos siguiendo una metodología definida, para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas prácticas establecidas, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada. Coincide la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2012), un proyecto de inversión pública constituye un conjunto de actividades organizadas y estructuradas dentro de una misma lógica secuencial, afinidad y complementariedad, agrupadas para cumplir un propósito específico y contribuir a la solución de un problema. Según la Escuela de Negocios de la Universidad de Barcelona (2016), complementa que los proyectos se clasifican en: productivo o empresarial, que buscan beneficios económicos; y los de tipo público o social que lo que pretenden es mejorar la calidad de vida de las personas.

a. Proyectos de turismo

La OMT (2009), señala que la planificación del desarrollo de proyectos específicos de turismo se debe llevar a cabo en forma sistemática siguiendo una secuencia de pasos; identificación de proyectos, selección, planificación y análisis de viabilidad, instituciones para el desarrollo, financiamiento, ejecución y gestión. Se debe proceder a la evaluación de impacto ambiental (EIA) en todos los proyectos de turismo para asegurar el reporte de beneficios a la zona y eliminación o minimización de problemas ambientales o socioeconómicos serios.

b. Marco lógico para la elaboración de proyectos

Según la Universidad del Rosario de Bogotá (2010), el marco lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos; Su propósito es brindar estructura al proceso de planificación y comunicar información esencial relativa al proyecto; Puede utilizarse en todas las etapas de preparación del proyecto: programación, identificación, orientación, análisis, presentación ante los comités de revisión, ejecución y evaluación ex-post.

La Agencia de los Estados Unidos para el desarrollo internacional (USAID), señala que el énfasis del marco lógico está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas; El marco lógico puede utilizarse en todas las etapas del proyecto: en la identificación y valoración de actividades que encajen en el marco de los programas país, en la preparación del diseño de los proyectos de manera sistemática y lógica, en la valoración del diseño de los proyectos, en la implementación de los proyectos aprobados y en el monitoreo, revisión y evaluación del progreso y desempeño de los proyectos (Naciones Unidas & Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2005).

1) Estructura de la matriz del marco lógico

El marco lógico se presenta como una matriz de cuatro por cuatro las columnas suministran la siguiente información:

- Un resumen narrativo de los objetivos y las actividades.
- Indicadores (resultados específicos a alcanzar).
- Medios de verificación.
- Supuestos (factores externos que implican riesgos).

Las filas de la matriz presentan información acerca de los objetivos, indicadores, medios de verificación y supuestos en cuatro momentos diferentes en la vida del proyecto.

- Fin del cual el proyecto contribuye de manera significativa, luego de que el proyecto ha estado en funcionamiento,
- Propósito logrado cuando el proyecto ha sido ejecutado.
- Componentes resultados completados en el transcurso de la ejecución del proyecto.
- Actividades requeridas para producir los componentes/ resultados. (Aispur, 2012).

A continuación, se presenta la matriz del marco lógico con cada uno de sus componentes, de manera horizontal se describen en la parte superior los objetivos, indicadores verificables, fuentes de verificación y supuestos; de forma vertical se detalla el fin, el propósito, componentes y actividades.

Tabla V-2: Matriz del marco lógico.

OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Fin El Fin es una definición de cómo el proyecto o programa contribuirá a la solución del problema o problemas del sector.	Los indicadores a nivel de Fin miden el impacto general que tendrá el proyecto. Son específicas en términos de cantidad, calidad y tiempo. (Grupo social y lugar, si es relevante).	Los medios de verificación son las fuentes de información que se pueden utilizar para verificar que los objetivos se lograron. Pueden incluir material publicado, inspección visual, encuestas por muestreo, etc.	Los supuestos indican los acontecimientos, las condiciones o las decisiones importantes necesarias para la "sustentabilidad" (continuidad en el tiempo) de los beneficios generados por el proyecto.
Propósitos (Resultados) El Propósito es el impacto directo a ser logrado como resultado de la utilización de los Componentes producidos por el proyecto. Es una hipótesis sobre el impacto o beneficio que se desea lograr.	Los indicadores a nivel de Propósito describen el efecto logrado al final del proyecto. Deben incluir indicadores que reflejen la situación al finalizar el proyecto. Cada meta especifica cantidad, calidad y tiempo de los resultados por alcanzar.	Los medios de verificación son las fuentes que el ejecutor y el evaluador pueden consultar para ver si los objetivos se están logrando. Pueden indicar que existe un problema y sugieren la necesidad de cambios en los componentes del proyecto. Pueden incluir material publicado, inspecciones, encuestas por muestreo, etc.	Los supuestos indican los acontecimientos, las condiciones o las decisiones que tienen que ocurrir para que el proyecto contribuya significativamente al logro del Fin.
Producto (Componentes) Los Componentes son las obras, servicios, y capacitación que se requiere que complete el ejecutor del proyecto de acuerdo con el contrato. Estos	Los indicadores de los Componentes son descripciones breves, pero claras de cada uno de los Componentes que tiene que terminarse durante la ejecución. Cada uno debe especificar cantidad, calidad y oportunidad de las obras,	Este casillero indica dónde el evaluador puede encontrar las fuentes de información para verificar que los resultados que han sido contratados han sido producidos. Las fuentes pueden incluir inspección del sitio, informes del auditor, etc.	Los supuestos son los acontecimientos, las condiciones o las decisiones que tienen que ocurrir para que los componentes del proyecto alcancen el Propósito para el cual se llevaron a cabo.

deben expresarse en trabajo terminado (sistema instalado, gente capacitada, etc.).	servicios, etc., que deberán entregarse.		
Actividades Son las tareas que el ejecutor debe cumplir para completar cada uno de los Componentes del proyecto y que implican costos. Se hace una lista de actividades en orden cronológico para cada Componente.	Este casillero contiene el presupuesto para cada Componente a ser producido por el proyecto.	Este casillero indica donde un evaluador puede obtener información para verificar si el presupuesto se gastó como estaba planeado. Normalmente constituye el registro contable de la unidad ejecutora.	Los supuestos son los acontecimientos, condiciones o decisiones (fuera del control del gerente de proyecto) que tienen que suceder para completar los Componentes del proyecto.

Nota: AISPUR, G. 2012, Diseño de proyectos con enfoque al marco lógico

E. PLAN OPERATIVO ANUAL

1. Estructuración del plan operativo anual

Mancheno (2009) & El Departamento de Planificación de San José – Costa Rica (2012), coinciden al decir que, el Plan Operativo Anual (POA) es una herramienta de planeación que permite llevar a cabo los fines de la organización durante un tiempo determinado (en este caso sería a un año), mediante una adecuada definición de los objetivos y metas que se pretenden alcanzar, de manera que se utilicen los recursos disponibles con eficiencia, eficacia y economicidad. Complementa Rebolledo (2015) al decir que, un Plan Operativo Anual es una herramienta de planificación que sirve para dar un ordenamiento lógico de las acciones que se proponen realizar en una institución, permitiendo el óptimo uso de los recursos disponibles y el cumplimiento de los objetivos y metas trazadas en cada proyecto.

a. Prioridades anuales

Está en estrecha relación con el objetivo del proyecto (general y específico). Son los objetivos que se pretende alcanzar para el año (Mancheno, 2009).

b. Resultados esperados

Se deben lograr necesariamente para alcanzar la prioridad anual. El resultado esperado es el nivel de logro que se espera alcanzar al finalizar el año relacionado con la prioridad para el año y se expresa como una situación alcanzada (Mancheno, 2009).

c. Indicadores de resultados

Corresponde a distintos ámbitos: tiempo, calidad y cantidad. Permiten verificar el nivel de logro e el cumplimiento de los resultados esperados (Mancheno, 2009).

d. Medios de verificación

Son las fuentes que vamos a utilizar para cerciorarnos de que el resultado se ha logrado. Puede existir más de un medio de verificación por resultado esperado (Mancheno, 2009).

e. Supuestos

Son situaciones que están más allá del control directo de la gerencia del proyecto. Los supuestos previstos en el momento de la planificación sirven para identificar riesgos y/o ventajas de eventuales variaciones (Mancheno, 2009).

f. Actividades

Conjunto estructurado de tareas necesarias y suficientes para el desarrollo de la línea. Su desarrollo requiere recursos materiales, humanos y financieros (Mancheno, 2009).

g. Diagrama de Gantt

Según Crespo (2015) menciona que, el diagrama de Gantt es una herramienta gráfica cuyo objetivo es exponer el tiempo de dedicación previsto para diferentes tareas o actividades a lo largo de un tiempo total determinado.

El mismo autor afirma que, el proceso para elaborar un diagrama de Gantt consiste en tres pasos:

- Hacer una lista de actividades por cada componente, partiendo de la más inmediata y terminando con aquella más allá de la cual no hay más actividades o actividad final.
- Se construyen barras horizontales (una para cada actividad), cuya longitud es proporcional a la duración de la ejecución de la actividad, según la escala de tiempo seleccionada, tomando en cuenta para ello, la disponibilidad real de recursos tanto humanos, como técnicos, materiales y financieros. Las barras se presentan en dos colores: uno para indicar cuánto de la actividad se ha concluido y otro para indicar lo que falta por concluir.
- Se construye el diagrama, teniendo en cuenta que, por un convencionalismo aceptado universalmente, a cada mes se le atribuyen cuatro semanas, siendo una semana, la mínima unidad de tiempo en este tipo de diagrama.

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

Este trabajo de investigación se realizó en el cantón Mera, Provincia de Pastaza.

2. Ubicación geográfica

El cantón Mera se encuentra ubicado en las siguientes coordenadas geográficas

Latitud: 1°27'37.4" S

Longitud: 78°06'50.4" E

Altitud: 1150 m.s.n.m.

3. Límites

Al norte: con la Provincia de Napo

Al sur: con la Provincia de Morona de Santiago

Al este: con los cantones Santa Clara y Pastaza

Al oeste: con las provincias de Tungurahua y Morona Santiago

4. Características climáticas

Por su ubicación geográfica el Cantón Mera, cuenta con características climatológicas favorables, en esta zona se presentan temperaturas que fluctúan entre los 12°C a 22°C, al ser un bosque siempreverde montano bajo existen precipitaciones fuertes llegando a cantidades mayores a los 4.000mm anuales, también presenta registros de humedad relativa mayores al 88% (Gobierno Municipal de Mera, 2015).

5. Características del suelo

Los pisos bioclimáticos responden al trabajo realizado por el Ministerio del Ambiente en el Proyecto Mapa de Ecosistemas del Ecuador Continental, las diferentes clasificaciones corresponden a la relación de la precipitación y temperatura con la altura en un determinado lugar, contando en el Cantón Mera con cuatro importantes pisos bio-climáticos, debido a un desnivel significativo. Las características del suelo están clasificadas de la siguiente manera:

- Premontano 600 - 2000 msnm
- Montano Bajo 2000 - 3000 msnm
- Montano 3000 - 4000 msnm

6. Clasificación ecológica

Los ecosistemas que corresponden al cantón Mera son los siguientes (Ministerio del Ambiente del Ecuador, MAE 2015):

- Arbustal siempreverde ripario de la cordillera Oriental de los Andes.
- Bosque inundable de la llanura aluvial de los ríos de origen andino y de Cordilleras Amazónicas.
- Bosque siempreverde montano alto del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes.
- Bosque siempreverde montano bajo del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes
- Bosque siempreverde montano del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes.
- Bosque siempreverde piemontano del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes.

7. Clasificadores diagnósticos

Cobertura: Bosque

Bioclima: Pluvial, **Ombrotipo (Io):** Húmedo e Hiperhúmedo, **Iod2:**1,46 – 1,56 (1,51), **Termotipo(It):** Termotropical inferior

Variación altitudinal: 600-1400 m

Relieve general: Montaña, **Macrorelieve:** Piedemonte, **Mesorelieve:** Cerros y colinas **Inundabilidad general:** No inundable,

Biogeografía: región Amazonía, provincia Pastaza, Nor-Occidental, Sector cordilleras amazónicas

Fenología: Siempreverde.

B. MATERIALES Y MÉTODOS

1. Materiales

Borrador, carpetas, CD's, esferos, hojas papel bond, libreta de campo, minas, pilas, portaminas, tinta de impresora.

2. Equipos

Computadora, impresora, memoria USB, GPS, cámara fotográfica.

C. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este trabajo se aplicó el Método analítico – sistemático en función del siguiente procedimiento:

1. Primer objetivo: Evaluar el potencial turístico del cantón Mera

Para el cumplimiento de este primer objetivo, se realizó una reunión con el alcalde del cantón Mera y los presidentes de los gobiernos parroquiales que conforman el cantón para planificar el trabajo en base al siguiente procedimiento:

a. Diagnóstico situacional

Se utilizó fuentes de información primaria, a través de salidas de campo, reuniones, talleres con los líderes de diferentes organizaciones e instituciones y representantes del municipio y juntas parroquiales. Se hará uso de fichas para el levantamiento de información sobre datos generales y ámbitos biofísico, socioeconómico, político-institucional y turístico. A continuación, se detalla la matriz de diagnóstico 5 estrellas, la cual contiene los datos que deben constar en cada uno de los ámbitos antes mencionados:

Tabla VI-1: Información de los ámbitos a recolectar.

ÁMBITOS	INFORMACIÓN A RECABAR
Físico espacial	<ul style="list-style-type: none"> • División política administrativa (provincia, cantón, parroquias, barrios, comunidad) • Límites • Vías de acceso
Socio cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Etnicidad (nacionalidad y pueblo) • Historia • Población (Total habitantes, número de familias, distribución por género y edad) y Migración • Nivel de instrucción • Profesión u ocupación • Servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos) • Vivienda (tipo, propiedad, características) • Salud • Educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes) • Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio) • Comunicación • Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico) • Combustibles utilizados • Abastecimiento de productos
Ecológico territorial	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural) • Clasificación ecológica • Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas) • Descripción general de flora y fauna, especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos) • Hidrología • Problemas ambientales
Económico productivo	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades económicas (tipo, ocupación) • Desarrollo actual del turismo en la zona • Participación o interés de la población en el desarrollo turístico.
Político administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones) • Asociatividad (organizaciones) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico. • Instituciones que trabajan en la zona

Nota: Tierra, P (2009). Texto básico de Planificación Territorial

La recolección de información se complementó con la revisión de fuentes secundarias como: Planes de desarrollo cantonal y parroquial o cualquier otro tipo de investigación que se haya generado sobre el cantón Mera.

b. Estudio de mercado

1) Análisis de la oferta turística

a) Análisis de la oferta actual

Se analizó los componentes de la oferta, según el sistema turístico que lo conforman:

i. Atractivos turísticos

Se realizó el inventario de atractivos turísticos del cantón Mera, mediante salidas de campo y se procedió al registro de factores físicos, biológicos y culturales de cada recurso y/o atractivo, para ello, se aplicaron las fichas de inventario establecidas en el año 2017, por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

ii. Infraestructura básica

Se realizó un análisis del estado de los servicios básicos con los que cuentan las tres parroquias que conforman el cantón Mera y su influencia en la calidad de los servicios turísticos.

iii. Planta turística

Se realizó un análisis de las condiciones que presentan los establecimientos turísticos que se encuentran prestando servicios de alojamiento, restauración, transporte turístico, recreación y operación.

iv. Superestructura turística

Se identificaron los principales actores tanto del sector público como del sector privado, que estén relacionados con la actividad turística del cantón Mera, encargados de optimizar, regular y armonizar las relaciones y funciones que conforman el sistema turístico, así como el marco legal que posee el GAD cantonal para regular, controlar y/o impulsar la actividad turística.

b) Análisis de la competencia

Para analizar a los competidores, se recolectó información sobre sus nombres, ubicación y la cantidad de clientes que estén atendiendo. Este análisis se realizó en función de los componentes del sistema turístico.

2) Análisis de la demanda

a) Segmentación

Se consideró como segmentos de estudio para la presente investigación los turistas nacionales y extranjeros que arriban a los cantones Pastaza (Puyo) y Baños de Agua Santa (ciudades más cercanas al cantón Mera con 17 y 43 kilómetros de distancia respectivamente).

b) Universo

Se tomó como referencia de estudio, la demanda turística que llega al cantón Baños de Agua Santa, por ser un destino turístico ya posicionado en el país, y contar con una base de datos estadísticos fidedignos, así como también por su corta distancia al cantón Mera. El cantón Puyo también fue tomado como referencia por contar así mismo con datos estadísticos al respecto, por contener características ecológicas similares y una gran similitud en microclimas y oferta turística como tal.

c) Muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas que Aching (2007) ha utilizado en sus estudios, la misma que se detalla a continuación:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 + (p \cdot q)}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

(p . q) = Probabilidad de ocurrencia

z = constante de posibilidad de error

e = margen de error

Aplicando la fórmula para poblaciones finitas o conocidas, se tiene una muestra total de 384 encuestas, donde el universo de estudio conformado por turistas nacionales y extranjeros que visitaron el cantón Baños de Agua Santa en el año 2016, es de 208228. Del total de la muestra se distribuirá el 52% que corresponde a turistas nacionales y el resto a turistas extranjeros.

Así también, el tamaño de la muestra del cantón Pastaza (Puyo) es de 381, donde el universo de estudio conformado por turistas nacionales y extranjeros que visitaron el cantón en el año 2017, es de 36195. Del total de la muestra se distribuyó el 84% que corresponde a turistas nacionales y el resto a turistas extranjeros.

d) Perfil del turista

Teniendo los resultados del cálculo de la muestra, se aplicaron encuestas a turistas nacionales y extranjeros que visitaron el cantón Baños de Agua Santa, en los parques de la ciudad y en el sector de La casa del árbol en el mes de marzo del año 2018. Así también se aplicaron las encuestas en el cantón Pastaza, en los meses de abril y mayo en el paseo turístico río Puyo, en el parque etnobotánico Omaere, en el zoorefugio Tarqui y en las hosterías Flor de Canela y Turingia, las cuales fueron diseñadas en base a variables sociográficas, psicográficas y motivacionales, posteriormente se tabulará, sistematizará y se interpretarán los datos obtenidos, lo cual permitirá determinar el perfil del turista.

3) Confrontación demanda – oferta

a) Proyección de la demanda y oferta

La proyección de la demanda, se obtuvo mediante la aplicación de la fórmula del interés compuesto, considerando el índice de crecimiento poblacional en el año 2010, el cual corresponde al 1,6% de acuerdo a los datos generados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Fórmula del interés compuesto: $Co = Cn (1+i)^n$

Donde:

Co= Años a proyectar

Cn= Demanda actual de turistas. Oferta anual

i= Incremento anual de turismo nacional e internacional de la oferta turística

n= El tamaño a proyectarse

2. Segundo objetivo: Formular el marco filosófico y estratégico del plan

Para el cumplimiento del segundo objetivo, se realizaron talleres con la participación de todos los actores e involucrados en la actividad turística a nivel cantonal, para analizar la problemática existente dentro del sector turístico (análisis situacional), en base a las matrices CPES y FODA, posteriormente se formularon:

- Misión
- Visión
- Principios y valores
- Políticas
- Objetivos estratégicos del plan.

3. Tercer objetivo: Estructurar los programas y proyectos del plan de desarrollo turístico sostenible del cantón Mera

Para el cumplimiento del tercer objetivo se consideraron los resultados obtenidos en el diagnóstico y análisis situacional del cantón, especialmente los resultados de la matriz CPES y FODA, los cuales sirvieron como línea base para la formulación de programas y proyectos, mismos que se plantearon de acuerdo al formato SENPLADES, y en estrecha concordancia con el Plan Nacional Toda una Vida y los Planes de Ordenamiento Territorial provincial y cantonal, de esta manera se aspira contribuir al desarrollo del turismo sostenible del cantón Mera.

Los programas tuvieron la siguiente estructura:

- Nombre del programa.
- Justificación del programa.
- Objetivos del Programa.
- Metas del Programa.
- Proyectos.
- Período de cumplimiento.
- Presupuesto del programa.
- Fuentes de financiamiento.

Para la elaboración de los proyectos se utilizó la herramienta matriz de marco lógico, con la siguiente estructura:

- Nombre del proyecto
- Beneficiario del proyecto
- Duración del proyecto
- Resumen narrativo del proyecto (fin, propósito, componentes y actividades)
- Indicadores verificables objetivamente
- Medios de verificación
- Supuestos
- Actividades
- Presupuesto aproximado del proyecto

Para la elaboración del presupuesto se estructuró el Plan Operativo Anual (POA) en base a los proyectos y actividades elaborados anteriormente, se utilizaron el Diagrama de Gantt proyectado para cinco años considerando los siguientes componentes: Nombre del proyecto, las actividades de cada proyecto, responsables, tiempo de ejecución y presupuesto.

VII. RESULTADOS

A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

1. Ámbito físico espacial

1) División política administrativa

a) Localización

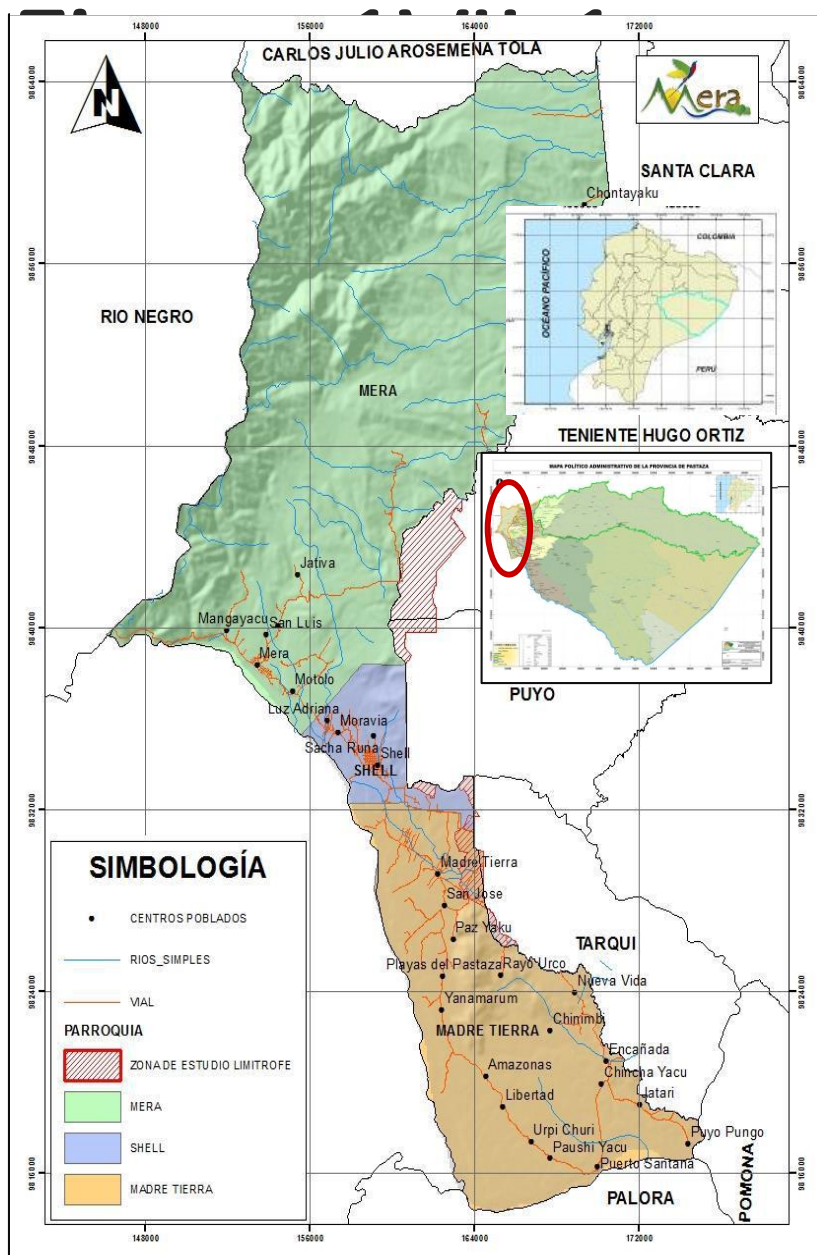
El cantón Mera se localiza a 17 km de distancia de la ciudad de Pastaza (Puyo) en la parte nor-occidental de la provincia de Pastaza, región Amazónica del Ecuador.

Geográficamente está situado en la zona 17 Sur, en las siguientes coordenadas (referencia el datum WGS 84):

X: 178827

Y: 9838377

Los rangos altitudinales, varían desde los 948 hasta los 1150 m.s.n.m, tiene una superficie total de 53.009,07 hectáreas.



Nota: PDOT Mera, 2015.

Las parroquias que conforman el cantón Mera y su superficie se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla VII-1: Superficie del cantón Mera y sus parroquias

N°	Parroquias	Superficie ha.
1	Mera	37.186,76
2	Madre Tierra	13.529,76
3	Shell	2.292,55
Total		53.009,07

Nota: PDOT Mera, 2015.

2) Límites cantonales

Los límites del cantón Mera son:

Al **norte**: con la Provincia de Napo

Al **sur**: con la Provincia de Morona de Santiago

Al **este**: con los cantones Santa Clara y Pastaza

Al **oeste**: con las provincias de Tungurahua y Morona Santiago

3) Vías de acceso

La red vial cantonal se centraliza en la vía Transversal Central E30, tramo Baños- Mera- Shell- Puyo, que está categorizada por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTOP) como vía arterial primaria, que atraviesa los centros poblados del Cantón en la Parroquia Urbana Mera y la Parroquia Rural Shell, ésta recorre paralela al Río Pastaza, éste tramo sirve como enlace entre la Troncal Amazónica E45 y la Troncal Sierra E35. El estado de este tramo está catalogado por el MTOP como Bueno.

En la Parroquia Mera en la parte noreste se tiene la vía de tercer orden, la vía Mera-Colonia 24 de Mayo, que conecta a todas las colonias y fraccionamientos del sector. se presentan dos ramales: Uno al norte llamado Mangayacu-Colonia Álvarez Miño y el segundo ramal es el que parte del Km.12 de la vía Baños-Puyo hacia la estación Biológica Pindo Mirador en el sector llamado Motolo.

Entre las parroquias Shell y Madre Tierra se encuentra el camino vecinal ubicado en el interior de los predios de la Hacienda Zulay que a su vez sirve de límite parroquial en su sección principal, este y sus ramificaciones tienen una capa de rodadura tipo lastrado, en estado regular. Una sección de esta vía se enlaza con la Parroquia Tarqui.

Al sur de la Parroquia Shell y la mayoría de las comunidades de Madre Tierra se encuentran atendidas con un anillo vial secundario asfaltado, que va desde Puyo - Tarqui - Madre Tierra y circunvala por la Encañada – Puerto Santa Ana - San José, para llegar a Madre Tierra, la misma que se conecta con la vía principal, Puyo –Shell - Mera, de este anillo se desprenden ramificaciones en la zona noroeste de la Parroquia Madre Tierra que acceden a las minas de pétreos ubicadas en las orillas del Río Pastaza. En la vía falta la construcción de un puente en el sector de San José para completar el anillo. El segmento de vía desde Chinchayacu hasta Puyo Pungo es del tipo lastrado y se encuentra en malas condiciones

2. Ámbito Socio cultural

a. Etnicidad

Según datos del INEC (Censo 2010), el grupo predominante en el Cantón es el mestizo con el 62,55%, seguido por el indígena con 31,80%, y el porcentaje mínimo restante se encuentran grupos como: afro ecuatorianos, blancos, montubios, mulatos y otros.

b. Historia

La ciudad de Mera, se fundó originalmente en los sitios de Barrancas, del Cantón Canelos, Provincia de Tungurahua, junto a la rivera izquierda del Río Alpayacu, un 03 de julio del año 1904, en su primer artículo acuerda: “Que esta primera parroquia que se establezca se llame MERA, en homenaje a Juan León Mera, quien supo trazar con los más vivos colores el cuadro que se destaca en esta región en su inmortal obra CUMANDA”

Posteriormente, las condiciones climáticas obligan a la reubicación del poblado. Recogen sus pocas pertenencias, reconstruyen las viviendas, se recuperan y habitan en el sector por aproximadamente 6 años más. La frecuencia de las crecientes del río Alpayacu, los vientos huracanados continuos, a la postre obligan a su salida. Por el año de 1915 se reubican en la parte central de Mera.

El 13 de noviembre de 1911, en la presidencia del Sr. Dr. Emilio Estrada, se decreta que la provincia del Oriente constará de cinco cantones que son: Napo, Curaray, Pastaza, Santiago y Zamora. El Cantón Pastaza comprende las parroquias de Mera, Canelos, Sarayacu y Andoas. El 11 de abril de 1967, la Asamblea Nacional Constituyente eleva a Mera a la categoría de Cantón. El primer Concejo Municipal del Cantón, fue liderado por Luis Dávila Castillo.

La parroquia Shell como parte del cantón, tomó su nombre por la presencia de la Compañía de hidrocarburos Shell, por lo cual, desde el año 1937 empieza a llegar gente de todas partes en calidad de trabajadores. Con ellos aumenta la población y se crea la Escuela 12 de Octubre.

A continuación, se detallan hechos históricos relevantes de la localidad:

1939: Se construyó el campo de aviación, y el Aeropuerto Río Amazonas, convirtiendo a Shell en un sitio estratégico para la actividad militar, petrolera, transporte aéreo, misionero y comercial

1945: Se construye la carretera que inicia en Baños llegando a Shell.

1949: Llega la Aviación Civil y con ello llegaron las compañías pioneras en la aviación como Alas de Socorro, TAO, América, Andes, ATESA Y SAE. Este sector comienza a ser llamado Base Pastaza y luego Base Shell-Mera.

1949: La Compañía Shell abandona el sector, las instalaciones de la compañía fueron ocupadas inicialmente por la FAE y en 1954 fueron entregadas al Ejército Ecuatoriano.

1952: La Misión Evangélica se instala, lo que hoy se conoce como el Hospital Voz Andes.

1956: Se crea el Hospital Militar.

La parroquia Madre Tierra fue fundada como colonia agrícola el 12 de octubre de 1955, su nombre es en alusión a sus suelos ricos en material orgánico y sedimentos, pues se asienta sobre antiguos lechos del Río Pastaza. Con el esfuerzo y sacrificio de sus moradores a base de mingas se realizó un empalizado que comunicaba al poblado de Madre Tierra con el de Shell. Se eleva a categoría de Parroquia el 19 de marzo de 1960.

c. Población

De acuerdo con los datos del INEC, según el censo del año 2010, la población alcanza los 11.861 habitantes. Analizando la dinámica poblacional entre las tres parroquias, se establece que Shell concentra la mayor cantidad de habitantes, con el 73,79% con respecto a todo el Cantón. Esta proporción del Censo 2010, no ha variado significativamente con respecto a los Censos del 2001 y 1999; debido a la concentración de instituciones públicas, su situación geográfica con respecto a la vía Baños – Puyo, el enlace con el resto de la Amazonía a través del Aeropuerto Río Amazonas y la dinámica económica que esta estructura genera en el comercio, servicios de hospedaje, alimentación y otros bienes y servicios afines.

En el período intercensal entre los años 1990 y 2001, el Cantón presentó una tasa de crecimiento poblacional del 2,8% anual, mientras que entre los censos del 2001 y 2010 el crecimiento es mucho más acelerado alcanzando una tasa anual de 4,25%.

1) Distribución de la población del cantón Mera, según el género

Tabla 2VII-2: Distribución de la población según el género

Población Por Parroquias Hombre	PARROQUIAS						CANTÓN	
	Mera	%	Shell	%	Madre Tierra	%	Cantonal	%
	754	49,57	4531	51,77	794	50	6079	51,25%

Mujer	767	50,43	4221	48,23	794	50	5782	48,75%
TOTAL	1521	100	8752	100	1588	100	11861	100,00 %

Nota: INEC, 2010

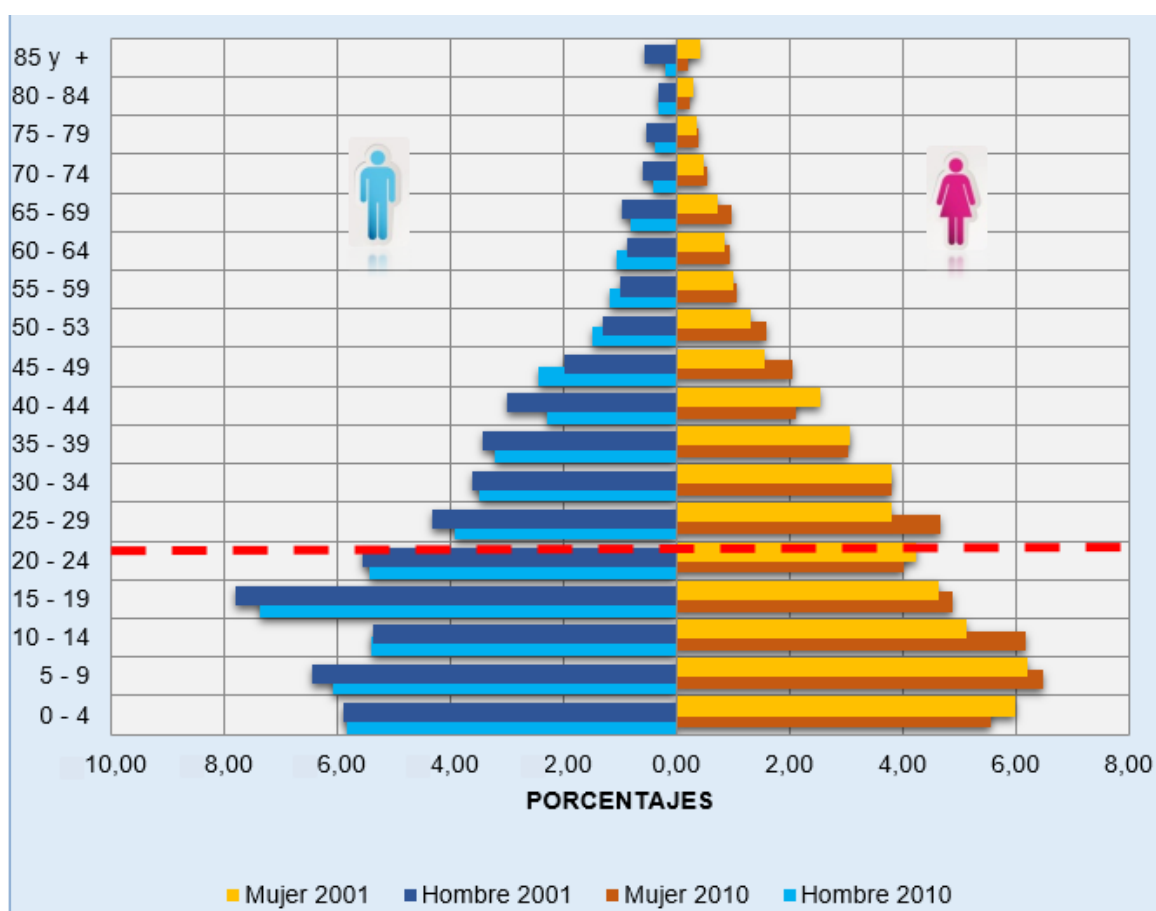
En el Censo 2010 se evidencia un equilibrio en la participación entre hombres y mujeres, lo que induce a pensar que demográficamente propenden a la equidad de género en los últimos años.

2) Distribución de la población del cantón Mera, según la edad

Tabla VII-3: Distribución de la población según edad

GRUPOS DE EDADES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
< 1 año	269	274	280	285	290	295	300	305	311	316	321
1 – 4	1230	1252	1275	1300	1326	1352	1377	1401	1426	1450	1475
5 – 9	1542	1580	1615	1647	1676	1705	1737	1769	1803	1838	1873
10 – 14	1389	1441	1492	1543	1591	1636	1677	1714	1749	1779	1812
15 – 19	1417	1478	1541	1604	1669	1733	1797	1861	1923	1983	2039
20 – 24	1158	1210	1265	1321	1379	1440	1502	1566	1631	1695	1760
25 – 29	1019	1066	1114	1165	1219	1274	1331	1391	1453	1517	1583
30 – 34	887	929	972	1016	1063	1112	1163	1216	1272	1330	1390
35 – 39	737	773	810	849	888	930	973	1019	1066	1115	1167
40 – 44	557	586	615	646	678	712	747	784	821	860	900
45 – 49	527	554	582	611	642	675	708	744	781	821	862
50 – 54	371	391	411	432	453	477	501	526	553	582	611
55 – 59	278	292	308	325	342	360	379	399	419	441	463
60 – 64	239	252	265	280	295	311	327	345	364	383	404
65 – 69	205	217	228	240	253	266	280	296	312	329	347
70 – 74	120	127	134	142	151	160	170	180	190	200	211
75 – 79	101	104	109	114	120	127	134	143	152	162	173
80 y Más	127	125	124	124	125	128	132	136	141	148	156
TOTAL	12175	12650	13142	13644	14161	14692	15236	15794	16365	16.950	17547

Nota: INEC (censo), 2010



Nota: INEC (censo), 2010

En el último período intercensal, la dinámica de ascenso de la población que se encuentra en la edad comprendida entre 14 a 34 años de edad, incide en que el Cantón posea una población relativamente joven, con un promedio de edad de 20 años, lo que motiva el alto porcentaje de PEA, que alcanza el 49,18% de la población cantonal. Los rangos del ciclo de vida son: niños 3686 (31,08%), adolescentes 1242 (10,47%), adultos 6407 (54,02%), adultos mayores 526 (4,43%).

d. Migración

El Cantón Mera se ha consolidado demográficamente tanto a raíz del proceso histórico de colonización, como de las actuales inmigraciones desde las comunidades indígenas del interior de la Amazonía, la Sierra Centro y del resto del país.

Del análisis al Censo INEC 2010, se establece que apenas el 39.43% de habitantes del Cantón Mera son nacidos en el territorio y el 60.57% pertenecen a otras provincias, inmigrando principalmente de: Chimborazo (6.25%), Morona Santiago (6.27%), Pichincha (5.57%), Zamora (8.25%). Otros cantones de la Provincia de Pastaza (10.64%).

Por otro lado, los movimientos migratorios en el Cantón son causados por la conjunción de diferentes factores:

- **Económicos:** Las reducidas oportunidades de trabajo en el territorio cantonal, las expectativas de mejores condiciones de vida y la demanda de mano de obra en otros lugares del país, favorecen las migraciones desde la provincia y el cantón.
- **Educación:** por no existir en el cantón instituciones de educación superior, los jóvenes buscan otros lugares para atender su requerimiento educativo, trasladándose a las ciudades más importantes del país como: Puyo, Ambato, Latacunga, Riobamba, Quito, donde encuentran su futuro profesional.
- **Socioculturales:** La atracción de la ciudad para vivir, hace que muchos habitantes del sector rural decidan su cambio de residencia para ofrecer mayores oportunidades a sus hijos.

e. Nivel de instrucción

Según datos del Sistema Nacional de Información (SNI) 2014, en relación al nivel de instrucción de la población del cantón Mera, se ha establecido que, el 3.4% no cuenta con ningún nivel de instrucción; el 0.46% de la población ha atravesado por los centros de alfabetización; el 0.90% atraviesa el nivel preescolar; el 28.90% tiene instrucción primaria; el 24.25% su instrucción es secundaria; el 13.66% cuenta con instrucción básica; el 11.10% hasta bachillerato o educación media; el 1.29% tiene ciclo post bachillerato; el 13.10% cuenta con instrucción superior; el 1.17% tiene postgrado; finalmente el 3.4% se ignora su nivel de instrucción.

f. Profesión u ocupación

Según datos del censo 2010, realizado por el INEC, en relación a la profesión y ocupación de los habitantes de Mera, se presentan las siguientes cifras: el 36.01% se ocupa en el sector público

(administración pública, enseñanza, defensa, etc.); el 15.94% se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; el 8,6% trabaja en actividades de alojamiento alimentación y transporte; el 8,64% se desempeña en el comercio al por mayor y menor; el 5,52% labora en industrias manufactureras; y el 25.29% restante se dedican a otras actividades.

g. Servicios básicos disponibles

Según el catastro del 2014, los servicios básicos en el Cantón Mera, tales como: agua potable alcantarillado, energía eléctrica, recolección de basura y aseo de calles dentro del área urbana se encuentran aceptablemente cubiertos, por lo que analizaremos cada uno de ellos.

1) Agua potable

La cobertura del servicio de agua en el cantón Mera, es el siguiente:

- Sector urbano de la parroquia Mera: 25,72%; Sector rural 36,89%
- Sector urbano de la parroquia Shell, el 67,51%; Sector rural el 51,58%
- Sector urbano de la parroquia Madre Tierra, el 6,77%; Sector rural el 11,53%

Los beneficiados con acceso a agua tratada mediante red pública a la fecha es la Parroquia Mera con una cobertura del 77,24% de su población, Parroquia Shell se abastece al 81,92% de su población y en la Parroquia Madre Tierra al 26,22% esto se debe a que la población en esta parroquia se encuentra dispersa.

El 4% se abastece de agua por medio de pozos, el 21% de ríos y vertientes, el 0,2% del carro repartidor y el 4% restante se abastece de otras formas tales como el agua lluvia.

2) Alcantarillado

La cobertura del servicio de alcantarillado se encuentra cubierto de la siguiente manera:

- Sector urbano de la parroquia Mera: 23,96%; Sector rural 55,98%
- Sector urbano de la parroquia Shell, el 68,18%; Sector rural el 42,86%
- Sector urbano de la parroquia Madre Tierra, el 7,86%; Sector rural el 1,16%

En el servicio de alcantarillado el 68% de las viviendas cuentan con un abastecimiento de red pública de alcantarillado, el 6% con pozos ciegos, el 5% con pozos sépticos y el 20% restante cuenta con otro sistema para la eliminación de aguas servidas.

3) Electricidad

La cobertura del servicio de alcantarillado se encuentra distribuido de la siguiente manera:

- Sector urbano de la parroquia Mera: 12,05%; Sector rural 35,31%
- Sector urbano de la parroquia Shell, el 79,85%; Sector rural el 49,82%
- Sector urbano de la parroquia Madre Tierra, el 8,10%; Sector rural el 14,86%

Este es el servicio básico que mayor cobertura se tiene en la localidad, el 90% de la población cuenta con el servicio eléctrico, el cual se recibe a través de una red definitiva, el 65,66% corresponde a servicio domiciliario y 64,93% cuentan con medidor eléctrico.

4) Telefonía convencional

Según datos obtenidos de CNT del año 2015, en la parroquia urbana Mera, casi se alcanza la totalidad de viviendas con el servicio de telefonía fija (90,65%), mientras que, telefonía móvil (250 casos, 59,95%); En la Parroquia rural Shell, se cubre el 77,11% de las viviendas con telefonía fija; Las viviendas de la Parroquia Madre Tierra tienen menor cobertura del servicio de telefonía fija (solo el 42,86%).

5) Eliminación de la basura

El 84,58% cuentan con recolección de basura y el 51,32% tienen el servicio de aseo de calles. El volumen de basura y desechos sólidos que se recolecta a nivel cantonal es de 7 toneladas/día y es depositada en una celda emergente para su posterior disposición final.

h. Vivienda

En el Cantón Mera la proyección del censo del 2010 al 2014 determina que el 73,83% está habitada por sus propietarios teniendo únicamente el 23,17% destinadas al arrendamiento.

de Madre																	
Tierra																	
Ambulancia	1	1															2
Aérea																	
TOTAL	6	4	2	1	6	2	3	3	6	1	8	7	2	2	53		

Nota: Distrito 16D01, Ministerio de Salud Pública, 2014.

j. Educación

La educación mantiene una tasa de asistencia del 94,51%, relativamente satisfactoria pero que va decreciendo progresivamente conforme avanzan los niveles, alcanzando apenas el 15,08% en el nivel universitario o superior. La tasa de analfabetismo en el Cantón Mera en relación a los periodos del año 2001 al 2010 expresa una disminución en los porcentajes pertenecientes al área rural y urbana, alcanzando el 4,54%, lo que refleja una situación menos crítica con respecto a la media provincial del 6,93%.

En el Cantón Mera, durante el período 2013 – 2014 funcionaron 22 centros educativos, de los cuales 4 pertenecen a la Parroquia urbana de Mera, 7 a la Parroquia rural de Shell y 11 a la Parroquia rural de Madre Tierra.

k. Medios de transporte

1) Transporte terrestre

Las cooperativas de transporte son utilizadas por la mayoría de la población rural para la movilización dentro del Cantón Mera y hacia la Capital del Cantón Pastaza (Puyo). Las modalidades de transporte terrestre son: público intracantonal modalidad servicio urbano; Transporte terrestre público intercantonal de pasajeros; Transporte terrestre comercial modalidad taxi convencional; Transporte terrestre comercial modalidad carga liviana; Transporte comercial en modalidad escolar e institucional; Transporte de carga pesada.

Las cooperativas de transporte que trabajan en los diferentes circuitos que llegan o pasan por el cantón Mera son: Flota Pelileo, Express Baños, Amazonas, Transporte Baños, Riobamba, Sangay, San Francisco, Centinela del Oriente, Latinoamérica Express.

2) Transporte aéreo

En la Parroquia Shell se cuenta con el Aeropuerto Río Amazonas, jerarquizado de segunda categoría, catalogada como aeródromo por la Dirección General de Aviación Civil. Tiene un estimado de pasajeros de 5320 (PAX) por año, con un radio de servicio estimado de 125 Km (Ministerio de Transporte y Obras Públicas - INECO, Diciembre, 2012), el Aeropuerto más próximo es el Jumandí en el Cantón Tena, Provincia de Napo. El Aeropuerto sirve principalmente de modo de enlace a las 84 pistas de los Cantones Pastaza, Arajuno, y algunas Pistas en Morona Santiago, además con servicio de transporte a otros destinos del País. En el aeropuerto se brinda el servicio de transporte aéreo comercial, social y de seguridad; y, actividades de formación de pilotos.

Las frecuencias establecidas son especialmente para viajes interprovinciales, respecto a los vuelos internos, estos dependen de la demanda y el estado del Clima.

Respecto a los vuelos regulares, la Compañía Tame Amazonía ha establecido frecuencias diarias al interior de Pastaza y dentro de circuitos hacia varios destinos del país, tales como: Latacunga – Shell; Shell – Latacunga; Montalvo - Shell; Shell – Montalvo; Shell – Macas; Macas – Shell, entre otros.

l. Comunicación

Como resultado del Censo de Población y Vivienda 2010, se concluye que para ese año, en las tres parroquias más de la mitad (74,04%) de las viviendas disponían de telefonía celular, en contraste con la telefonía fija con una cobertura de viviendas que cubre casi a 2/5 (37,77%) del total, siendo la parroquia Madre Tierra la que menor acceso (10,29%) a la telefonía fija por vivienda.

En cuanto a internet el 12,32% de las viviendas cantonales tenía acceso a este servicio en su mayoría internet fijo, tecnología disponible para este año. Las viviendas del cantón que tienen acceso a la televisión representa el 29,53%.

Los canales de televisión que se sintonizan son provenientes de medios públicos y privados, tales como: TvLegislativa, Cadena Ecuatoriana de Televisión, Teamazonas, Teleatahualpa, Ecuador Tv., Sonovisión, El Ciudadano Tv., OROMAR, Red Telesistema (RTS), Televisión del Pacífico, Televisión Nacional, Universidad Católica Santiago de Guayaquil UCGS Televisión.

m. Servicios sanitarios

Según, información obtenida en la Jefatura de Alcantarillado del GADMCM el servicio de saneamiento básico comprende alcantarillado sanitario, recolección de basura y aseo de calles, del que

se desprende que del 100% de abonados de alcantarillado el 84.58% cuentan con recolección de basura y el 51.32% tienen el servicio de aseo de calles. La cobertura del servicio de alcantarillado en la zona urbana es del 81.36 % y únicamente un 18.64% no cuenta con alcantarillado sanitario. Mientras que, en el sector rural tan sólo un 15.09% cuentan con algún servicio de alcantarillado.

n. Combustibles utilizados

Según las estadísticas del INEC en el censo 2010, aproximadamente el 78.7% de la población utiliza gas (tanque o cilindro) para cocinar en sus hogares; el 19.6% leña, carbón; 0.1% electricidad; el 0.96% gasolina, kérex o diésel y el 0.96% residuos vegetales y/o animales.

Los principales combustibles que son utilizados por los habitantes de Mera son: el diésel y la gasolina (extra y súper) especialmente para el sector automotor.

o. Abastecimiento de productos

Los habitantes en el sector urbano, se abastecen principalmente de los mercados o supermercados del cantón Pastaza (Puyo), así como también de pequeños comercios de víveres, mientras que, en el sector rural se mantiene una economía de subsistencia, aprovisionándose de cultivos propios de la zona y especies menores de granja, así como también de pequeños negocios de víveres en los principales centros poblados.

3. Ámbito ecológico territorial

a. Condiciones ambientales de la zona

Según datos de Aviación Civil en el 2013, el cantón Mera presenta temperaturas que fluctúan entre los 12°C a 22°C, al ser un bosque siempreverde montano bajo existen precipitaciones fuertes llegando a cantidades mayores a los 4.000mm anuales, también presenta registros de humedad relativa mayores al 88%. En términos generales las precipitaciones son permanentes durante todo el año debido al aporte de masas de aire húmedo provenientes del sistema Hidrológico del Amazonas. Uno de los aspectos importantes del comportamiento de las precipitaciones, en el paisaje es que según sube la altitud, aumenta la precipitación media anual.

Los meses lluviosos son abril, octubre y noviembre; mientras los meses menos lluviosos corresponden a julio, agosto y septiembre.

La temperatura media anual del período considerado es de: 22°C. De acuerdo a estudios regionales, la temperatura promedio va decreciendo con el incremento de la altitud, según datos de la estación INAMHI.

1) Clasificación ecológica

Dentro del cantón se encuentran seis ecosistemas de los noventa y uno identificados para el Ecuador continental, siendo los de mayor superficie los bosques Siempre Verde ubicado en la Cordillera Oriental de los Andes, contando aproximadamente el 63,3% en relación al total de ecosistemas.

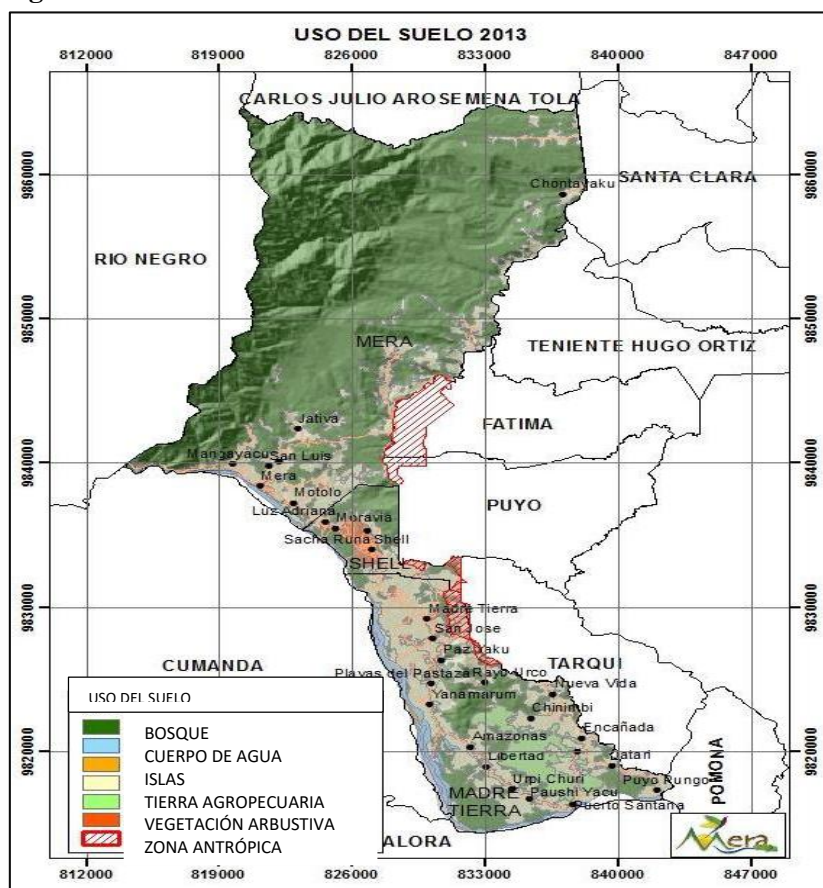
Los ecosistemas que conforman el cantón Mera son:

- Arbustal siempreverde ripario de la cordillera Oriental de los Andes.
- Bosque inundable de la llanura aluvial de los ríos de origen andino y de Cordilleras Amazónicas.
- Bosque siempreverde montano alto del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes.
- Bosque siempreverde montano bajo del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes
- Bosque siempreverde montano del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes
- Bosque siempreverde piemontano del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes

p. Usos del suelo

Según el Sistema Nacional de Información, la unidad de uso y cobertura del suelo del cantón Mera hasta el año 2013, está distribuido de la siguiente manera: Bosque con una superficie de 1195,50 ha., que constituye el 32,82%; vegetación arbustiva 1332,27 ha., representando un 36,57%; Áreas agropecuarias 101.52 ha., lo cual es 2,79%; Zonas antrópicas con 362.62 ha., con 9.95%; Islas 25.12 ha., significando un 0.69%; cuerpos de agua con 3643.08 ha., que representa un 17.18% de su superficie.

Figura VII-3: Cobertura de uso de suelo del cantón Mera



Nota: Sistema Nacional de Información, 2013.

q. Descripción general de la flora

En cuanto a flora, la condición de abundancia constituye un parámetro importante dentro de los estándares de manejo forestal en el sentido de calificar los árboles de futuro “aprovechamiento” y árboles de reserva y extracción identificados como aprovechables. A continuación, se presenta una lista con las principales especies arbóreas presentes en el territorio cantonal.

Tabla VII-5: Especies de flora representativa del cantón Mera.

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Morete	<i>Maunitia flexuosa</i>	Manzano o tucute	<i>Pouma chocoana</i>
Palma Real	<i>Inesa colenda</i>	Canelo Amarillo	<i>Ocotea jativensis</i>
Guayacán	<i>Tabeburia chysantha</i>	Guarumo	<i>Cecropia sp</i>
Balsa Negra	<i>Ochroma lagopus</i>	Chontaduro	<i>Guillelma gassipaes</i>
Balsa Blanca	<i>Heliocharpus americanus</i>	Tagua	<i>Phitelephas aequatorialis</i>
Caoba	<i>Platymiscium pinnatum</i>	Canelo	<i>Nectandra sp</i>
Peine de Mono	<i>Apeiba membranacea</i>	Pechiche	<i>Vitex gigantea</i>
Sangre de Drago	<i>Cortón lechleri</i>	Caimito	<i>Chrysophillum caimito</i>
Laurel	<i>Cordia alliodora</i>	Sangre de Gallina	<i>Virola sp</i>
Pigue	<i>Pollalesta discolor</i>	Mata Palos	<i>Coussapoa aggerssi</i>
Jigua	<i>Ocotea floccifera</i>	Aguacatillo	<i>Nectandra membranacea</i>
Cedro Macho	<i>Cedrela cangerana</i>	Boya	<i>Ochroma pyramidalis</i>

Nota: GAD Municipal Mera, 2015.

r. Descripción general de la fauna

1) Mamíferos

Entre las especies de mamíferos más representativas del cantón Mera, se encuentran: el murciélago vampiro (*Desmodus rotundus*) el mono mico (*cebusal bifrons*), mono chorongo (*Lagothrix lagothricha*) el armadillo rabo de molle (*Cabassous unicinctus*). La lista de las especies de mamíferos que se tiene registros dentro del cantón y que muchos de ellos se encuentran en peligro crítico de extinción son:

Tabla VII-6: Inventario de mamíferos registrados en el cantón Mera

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	FAMILIA
<i>Chironectes minimus</i>	Zorra o raposa de agua	DIDELPHIMORPHIA
<i>Didelphis marsupialis</i>	Zorra o raposa grande	DIDELPHIDAE
<i>Marmosa noctívaga</i>	Raposa chica	
<i>Phyllostomus hastatus</i>	Murciélago de hoja de lanza	CHIROPTERA
<i>Carollia brevicauda</i>	Murciélago frutero	PHYLLOSTOMIDAE
<i>Desmodus rotundus</i>	Vampiro común	
<i>Sturnira tildae</i>	Murciélago de charreteras	
<i>Sturnira lilium</i>	Murciélago de charreteras	

<u>Platyrrhinus helleri</u>	Murciélago de listas blancas chico	
<u>Artibeus glaucus</u>	Murciélago	
<u>Artibeus hartii</u>	Murciélago frutero chocolateado	
<u>Rhinophylla pumilio</u>	Murciélago frutero chico	
<u>Tonatia silvicola</u>	Murciélago orejudo grande	
<u>Cormura brevirostris</u>	Murciélago con saco alar	
<u>Noctilio albiventris</u>	Murciélago pescador chico	NOCTILIONIDAE
<u>Alouatta seniculus</u>	Coto rojo, aullador	
<u>Lagothrix lagothericha</u>	Chorongo	
<u>Aotus lemurinus</u>	Mono nocturno	
<u>Cebus albifrons</u>	Mico, machín blanco	
<u>Myrmecophaga tridactyla</u>	Oso hormiguero	EDENTATA
<u>Tamandua tetradactyla</u>	Osos hormiguero	MYRMECOPHAGIDAE
<u>Dasypus novemcinctus</u>	Mulita, cachicambo	DASYPODIDAE
<u>Cabassous unicinctus</u>	Armadillo rabo de molle	
<u>Choloepus didactylus</u>	Perezoso	MEGALONYCHIDAE
<u>Bradypus variegatus</u>	Perezoso	BRADYPODIDAE
<u>Microsciurus flaviventer</u>	Ardilla chica	RODENTIA
<u>Sciurus igniventris</u>	Ardilla rojiza	SCIURIDAE
<u>Oryzomy ssp.</u>	Ratón	MURIDAE
<u>Scolomys melanops</u>	Ratón espinoso chico	
<u>Coendou melanurus</u>	Puerco espín	ERETHIZONTIDAE
<u>Dasyprocta fuliginosa</u>	Guatusa	DASYPROCTIDAE
<u>Myoprocta pratti</u>	Guatín	
<u>Agouti paca</u>	Guanta	AGOUTIDAE
<u>Speothos venaticus</u>	Guanfando	CARNIVORA
<u>Telocynus microtis</u>	Perro de orejas cortas	CANIDAE
<u>Nasua nasua</u>	Cuchucho	PROCYONIDAE
<u>Eira barbara</u>	Cabeza de mate	MUSTELIDAE
<u>Lontra longicaudis</u>	Nutria, lobo de agua	
<u>Leopardus pardalis</u>	Tigrillo	FELIDAE
<u>Leopardus tigrina</u>	Tigrillo chico	
<u>Leopardus yaguaroundi</u>	Tigrillo	
<u>Puma concolor</u>	Puma	
<u>Panthera onca</u>	Jaguar	
<u>Pecari tajacu</u>	Puerco sajino	ARTIODACTYLA
<u>Tayas supecari</u>	Puerco sajino	TAYASSUIDAE
<u>Mazama americana</u>	Soche, venado	CERVIDAE
<u>Tapirus pinchaque</u>	Danta de monte	PERISSODACTYLA
<u>Tapirus terrestris</u>	Tapir amazónico	TAPIRIDAE

Nota: GAD Municipal Mera, 2015.

2) Aves

El cantón Mera presenta una rica diversidad de aves, entre las más representativas están: el gallo de la peña, loros, pericos, tangaras, entre otros. Gran parte de las poblaciones de las especies que se presentan a continuación se ven reducidas por la fragmentación de sus hábitats, caza y tráfico de especies.

Tabla VII-7: Inventario de aves registradas en el cantón Mera.

NOMBRE CINETÍFICO	NOMBRE COMÚN	FAMILIA
<u><i>Columba subvinacea</i></u>	Paloma Rojiza	COLUMBIDAE
<u><i>Geotrygonsaphirina</i></u>	Paloma Plateada	
<u><i>Phyrrhuramelanura</i></u>	Perico Colimarrón	PSITTACIDAE
<u><i>Phyrruraalbipectus</i></u>	Perico Pechiblanco	
<u><i>Pionusmenstruus</i></u>	Loro Cabeciazul	
<u><i>Amazona mercenaria</i></u>	Amazona Nuquiescamoso	
<u><i>Piaya cayana</i></u>	Cuco	CUCULIDAE
<u><i>Nyctidromus albicollis</i></u>	Chotacabras Pauraque	CAPRIMULGIDAE
<u><i>Chaetura cinnereiventris</i></u>	Vencejónlomigris	APODIDAE
<u><i>Phaethor nisyguy</i></u>	Ermitaño Verde	TROCHILIDAE
<u><i>Phaethor nissyrmathophorus</i></u>	Ermitaño Ventrihabano	
<u><i>Eutoxeres aquila</i></u>	Colibrí Pico de Hoz	
<u><i>Chloroceryle amazona</i></u>	Martín Pescador	ALCEDINIDAE
<u><i>Chloroceryle americana</i></u>	Martín Pescador	
<u><i>Galbula pastazae</i></u>	Jacamar Pechicobrizo	GALBULIDAE
<u><i>Ulaeorhynchus derbianus</i></u>	Tucán etefilicastaño	RAMPHASTIDAE
<u><i>Pteroglossus pluricinctus</i></u>	Arasribifajeadado	
<u><i>Ramphasto sculminatus</i></u>	Tucán Filiamarillo	
<u><i>Celeus elegans</i></u>	Carpintero Castaño	
<u><i>Melaner pescruentatus</i></u>	Carpintero Penachiamarillo	
<u><i>Campephilus melanoleucus</i></u>	carpintero crestirojo	
<u><i>Campephilus rubricollis</i></u>	Carpintero Cuellirojizo	
<u><i>Dendrocincla fuliginosa</i></u>	trepatroncos pardo	DENDROCOLAPTIDAE
<u><i>Glyphorhyn chusspirurus</i></u>	Trepatroncospquicuña	
<u><i>Dendrocolaptes picumnus</i></u>	Trapatroncosnegribandeado	
<u><i>Sclerurus mexicanus</i></u>	Tirahojasgolihabano	FURNARIIDAE
<u><i>Thamnomanes plumbeus</i></u>	Batará Blomizo	FORMICARIIDAE
<u><i>Vireooli vaceus</i></u>	Vireoojorojo	VIREONIDAE
<u><i>Scaphidura oryzivora</i></u>	Boyero Gigante	ICTERINAE-EMBERIZIDAE
<u><i>Psarocolius decumanus</i></u>	Oropéndola Crestada	
<u><i>Psarocolius angustifrons</i></u>	Oropéndola Dorsirojiza	
<u><i>Cacicus cela</i></u>	Cacique Lomiamarillo	

<u>Basileuter ustristriatus</u>	Reinita Trirayada	PARULINAE-EMBERIZIDAE
<u>Diglossa glauca</u>	Pinchaflorojidorado	<i>Diglossa glauca</i>
<u>Dacnis lineata</u>	Dacnis Carinegro	THRAUPINAE-
<u>Euphonia xantogaster</u>	Euphonia ventrinaranja	EMBERIZIDAE
<u>Chlorochrysa calliparaea</u>	Tangara Orejinaranja	
<u>Tangara chilensis</u>	Tangara Siete Colores	
<u>Tangara arthus</u>	Tangara Dorada	
<u>Thraupi palmarum</u>	Tangara Palmera	
<u>Thraupis piscopus</u>	Azulejo	
<u>Ramphocelus carbo</u>	Tangara Color Vino	
<u>Calochaetes coccineus</u>	Tangara Caponiblanca	
<u>Tachyphonus luctuosus</u>	Tangara Caponiblanca	
<u>Arremonau rantirostris</u>	Chingolo Gorrinegro	EMBERIZINAE
<u>Rupicola</u>	Gallo de la peña	COTINGIDAE

Nota: GAD Municipal Mera, 2015.

3) Anfibios

Los anfibios constituyen un bioindicador importante para detectar algún tipo de cambio en los diferentes ecosistemas, como resultado de la intervención humana, así como también a regular distintos patógenos. A continuación, se enuncian algunas especies de reptiles que habitan en el cantón:

Tabla VII-8: Especies de anfibios registrados en el cantón Mera

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	FAMILIA
<u>Bufo typhonius</u>	N/A	ANOURA BUFONIDAE
<u>Dendrobates reticulatus</u>	N/A	DENDROBATIDAE
<u>Epipedobates sp.</u>	N/A	HYLIDAE
<u>Hylaeographica</u>	N/A	
<u>Hylalanciformes</u>	N/A	
<u>Hyla bifurca</u>	N/A	
<u>Hylasaruensis</u>	N/A	
<u>Osteocephalus taurinus</u>	N/A	
<u>Eleutherodactylus conspicillatus</u>	N/A	LEPTODACTYLIDAE
<u>Eleutherodactylus nigrovittatus</u>	N/A	
<u>Eleutherodactylus peruvianus</u>	N/A	
<u>Eleutherodactylus variabilis</u>	N/A	

Nota: GAD Municipal Mera, 2015.

4) Reptiles

Gran parte de su importancia biológica consiste en que, al alimentarse de insectos, son un gran control de plagas (grillos, escarabajos). Por desgracia su población ha ido decreciendo, ya sea por la destrucción de sus hábitats naturales o incluso porque a veces se consideran equivocadamente como "plagas". Los reptiles que conforman la fauna de mera son:

Tabla VII-9: Especies de reptiles registrados en el cantón Mera.

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	FAMILIA
<i>Alopoglossusatriventrís</i>	Lagartija	SAURIA GYMNOPHTHALMIDAE
<i>Clelia clelia</i>	Ratonera	
<i>Chironius carinatus</i>	Machete, verde gallo, lora	
<i>Chironius escurrellus</i>	Serientelatigo / chonta	
<i>Boa constrictor</i>	Boa	BOIDAE
<i>Atractus crasicaudatus</i>	Coral falsa	COLUBRIDAE
<i>Micrurus dumerilii</i>	Coral	ELAPIDAE
<i>Bothropsssp</i>		VIPERIDAE

Nota: GAD Municipal Mera, 2015.

5) Peces

Los peces han sido utilizados como indicadores de la calidad del agua en diversos países desde hace tiempo. Sin embargo, muchas especies de agua dulce se encuentran amenazadas por las actividades humanas (Duncan y Lockwood 2001). Las especies que existen en el cantón Mera son:

Tabla VII-10: Especies De peces registrados en el cantón Mera.

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	FAMILIA
<i>Moenkhausiacomma</i>	Sardinita	CHARACIDAE
<i>Moekhausiasp</i>	Sardinita	
<i>Knodus sp</i>	Sardinita	
<i>Ceratobranchia</i>	Sardina	
<i>Astyanax bimaculatus</i>	Sardinita	
<i>Pimelodellasp</i>	Barbudo	PIMELODIDAE
<i>Rhamdiasp</i>	Barbudo	
<i>Trichomycterussp</i>	Bagrecito	TRICHOMYCTERIDAE
<i>Lebiasinaelongata</i>	Guaija	LEBIASINIDAE

<u><i>Chaetostomasp</i></u>	Raspabalsa	
<u><i>Cochliodonsp</i></u>	Carachama	
<u><i>Parodonbuckleyi</i></u>	Raton	PARODONTIDAE
<u><i>Poecileareticulata</i></u>	Gupi, bandera	POECILIIDAE
<u><i>Synbranchusmamoratus</i></u>	Culebra	SYNBRANCHIDAE
<u><i>Prochilodusnigricans</i></u>	Bocachico	PROCHILODONTIDAE

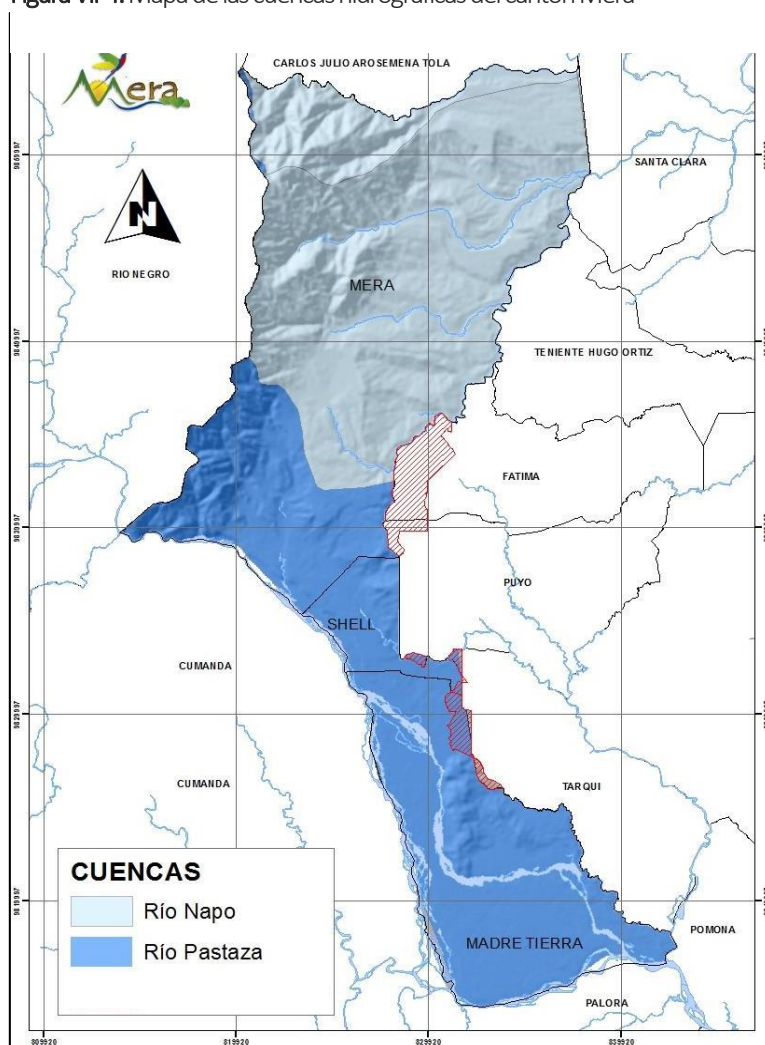
Nota: GAD Municipal Mera, 2015.

s. Hidrografía

El Cantón Mera cuenta con una importante red hídrica, formando parte de las principales cuencas hidrográficas amazónicas que tiene el país, siendo el 52% del territorio cantonal parte de la cuenca del Río Napo y el restante 48% del territorio cantonal parte de la cuenca del Río Pastaza, formando un importante componente hidrológico que abastece del recurso hídrico al Cantón y a la provincia.

Las principales subcuencas que son parte de este ramal dentro del Cantón son los ríos que conforman el Río Anzu que por la divisoria de aguas conforma un afluente del Río Napo; y los ríos que conforman drenajes menores que confluyen en el Río Pastaza.

Figura VII-4: Mapa de las cuencas hidrográficas del cantón Mera



Nota: GAD Municipal de Mera, 2015.

t. Riesgos naturales

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, los eventos que implican mayor riesgo son las inundaciones que suelen suceder en la zona baja del Cantón en la Parroquia Madre Tierra, debido que la mayoría de la población se encuentra sentada en la terraza baja del Pastaza, y ser esta zona alta en niveles de pluviosidad estas áreas son mayormente vulnerables a este tipo de eventos.

Se encuentran también, los deslizamientos de taludes a lo largo del Río Pastaza, en la vía Baños-Puyo y la susceptibilidad a erosión hídrica en el talud del cañón del Río Pastaza.

u. Problemas ambientales

Los principales problemas ambientales que presenta el cantón Mera son: contaminación de los recursos hídricos por mal manejo de aguas servidas, acumulación de desechos sólidos, remoción de suelos en áreas de aprovechamiento de material pétreo; pesca con explosivos en la parte baja de los ríos Pastaza, Anzu, Pindo y Tigre; Caza de fauna silvestre en el sector del río Anzu, en las faldas de los Llanganates.

4. Ámbito económico productivo

v. Actividades económicas

Las cifras sobre población económicamente activa total, obtenidas del VII Censo de Población y VI de Vivienda del año 2010 arrojan que, la economía del Cantón Mera depende principalmente del sector terciario, con población que trabaja en la prestación de servicios en el sector público, personal de apoyo militar y en el comercio. La prevalencia del sector terciario o de servicios con el 62,41% de la población ocupada, sugiere que la población recibe mayores incentivos en este sector frente a los que ofrecen el sector primario y secundario.

A nivel de parroquias, es relevante la participación del sector primario en Mera y Madre Tierra, teniendo la segunda mayor potencial agrosilvopastoril debido a los suelos de tipo sedimentario, ricos en nutrientes.

w. Desarrollo actual del turismo en la zona

Los potenciales de mayor importancia turística del cantón lo constituyen la presencia del Parque Nacional Llanganates, la disponibilidad del recurso hídrico y la cercanía a las ciudades de Baños y Puyo.

El Cantón Mera forma parte de la zona de influencia del corredor turístico Baños - Puyo, identificando al dique de Mera y al Parque Nacional Llanganates como atractivos de importancia. El principal flujo turístico del cantón gira en función de la presencia de los complejos turísticos Río Tigre y Río Pindo.

En el complejo Turístico Río Tigre de la ciudad de Mera, el flujo de visitantes fluctúa entre 20.000 y 80.000 al año, provenientes principalmente de la zona centro del país, lo que permite determinar una cadena de valor agregada en función de las actividades formales y no formales, situación que se replica en la Parroquia Shell, con su complejo turístico Río Pindo. No obstante, es relevante el decrecimiento de este flujo en los últimos años, con factores como la escasa competitividad del turismo como un producto cantonal.

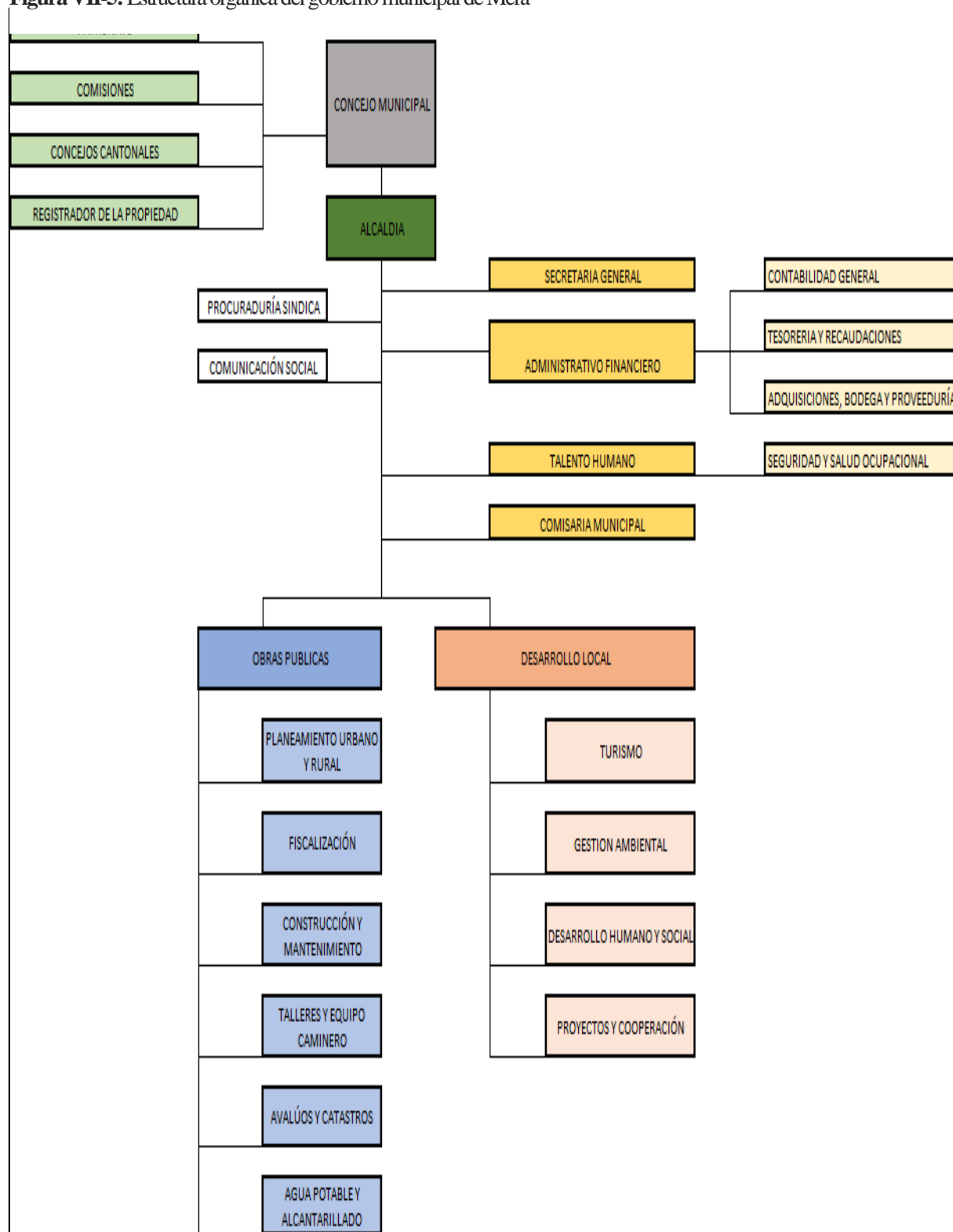
5. Ámbito político administrativo

a. Administración interna

1) Estructura organizacional

De acuerdo a la Ordenanza que contiene el Reglamento Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Mera, expedida el 27 de Febrero de 2012, se aprueba el Orgánico Estructural, el mismo que hasta la presente fecha se encuentra en vigencia y organizado en los siguientes niveles: gobernante, ejecutivo, asesor, apoyo, operativo, y, de entidades desconcentradas, descentralizadas y de apoyo; cuya estructura organizacional se detalla en el siguiente gráfico:

Figura VII-5: Estructura orgánica del gobierno municipal de Mera



Nota: GAD Municipal de Mera, 2015.

b. Estructura funcional

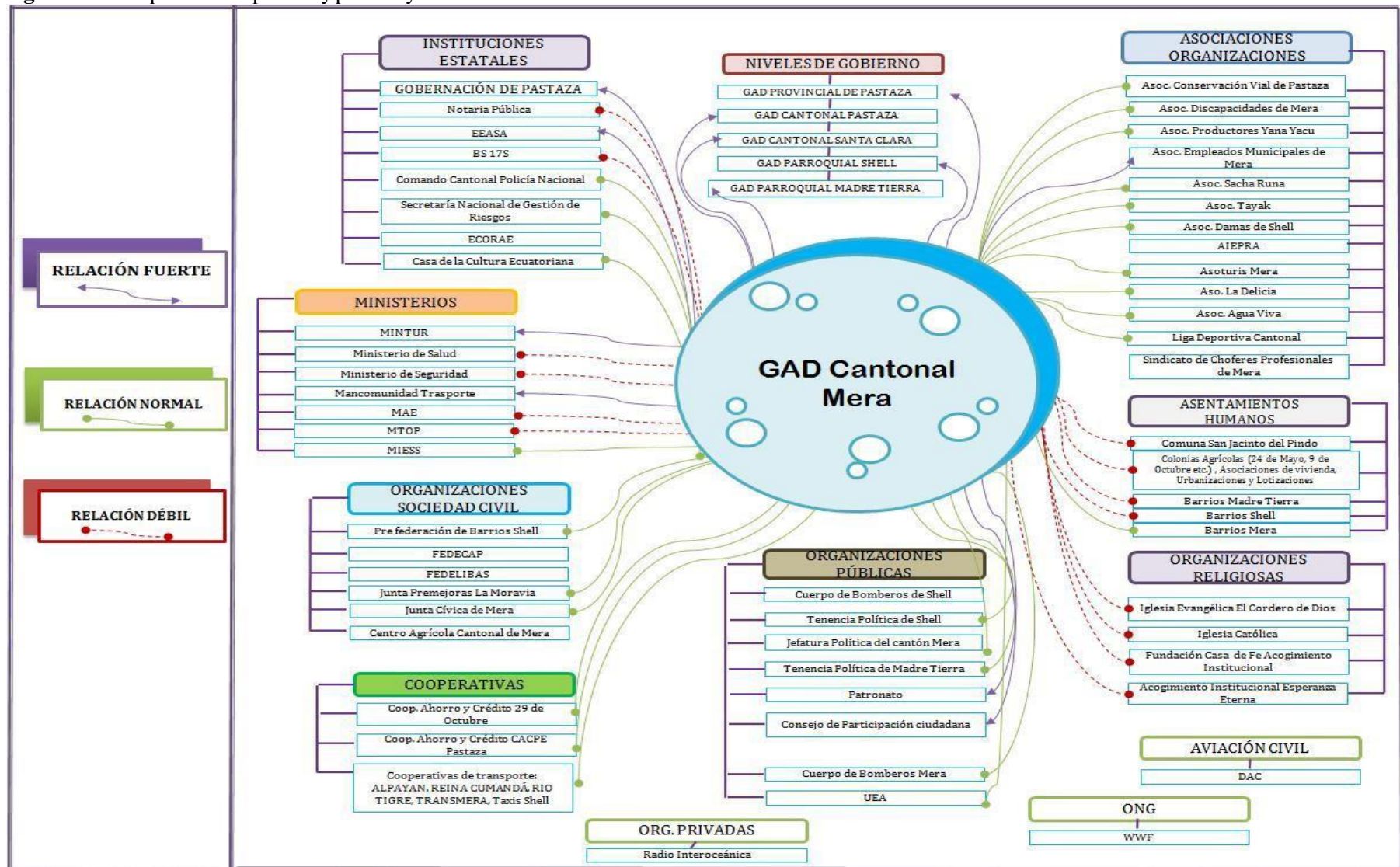
La Ordenanza que contiene el Reglamento Orgánico de gestión organizacional por procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Mera, en su Art. 8: La actividad turística en el cantón Mera forma parte del desarrollo local, por tanto, para que se lo pueda lograr, necesariamente se vincula con otros factores tales como: gestión de obras públicas, gestión ambiental, gestión social relacionada con servicios de salud que garantice el bienestar de la población, emprendimientos asociativos y culturales, intervención de bienes patrimoniales y culturales

En relación a las Competencias Exclusivas del Gobierno Municipal de Mera el Art.8 menciona: la planificación del desarrollo cantonal y planes de ordenamiento territorial, ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón, prestar los servicios públicos básicos; preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón; delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas así como también su acceso y conservación.

c. Instituciones que trabajan en la zona

A continuación, se describen las instituciones y organizaciones más relevantes que actualmente impulsan procesos de desarrollo en el cantón y se constituyen en potenciales aliados estratégicos para la ejecución de obras que benefician a los habitantes de Mera, así como también instituciones que están directa o indirectamente relacionadas con el GAD cantonal de Mera para realizar un trabajo conjunto.

Figura VII-6: Mapa de actores públicos y privados y su relación institucional en el territorio



Nota: GAD Municipal de Mera, 2015

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Segmentación del mercado

Por el momento, el cantón Mera no cuenta con datos fehacientes respecto al volumen de demanda que arriba a la zona, sin embargo, para este estudio se toma en consideración sectores con mayor proximidad geográfica y con un creciente de desarrollo turístico que son los cantones Pastaza y Baños de Agua Santa, los cuales cuentan con estadísticas turísticas que permiten analizar la demanda potencial. Se considera el mercado turístico del cantón Baños pues es notoria la saturación tanto de sitios como establecimientos turísticos en temporadas de feriado y fines de semana, lo cual está provocando que la demanda tienda a fluir hacia la Amazonía, situación que se considera como una oportunidad, puesto que se podría captar este flujo hacia el cantón Mera, de la misma manera la demanda que llega al cantón Pastaza (Puyo), la cual, podría ser también cautivada para motivar su desplazamiento, una vez que el cantón potencie sus productos turísticos.

Por consiguiente, se ha considerado en dos segmentos de estudio para la presente investigación, turistas nacionales y extranjeros que arriban a los cantones Pastaza (Puyo) y Baños de Agua Santa (ciudades más cercanas al cantón Mera con 17 y 43 kilómetros de distancia respectivamente), cada segmento está conformado por hombres y mujeres de toda edad, que viajan en grupos ya sea de familiares, amigos o grupos organizados, interesados en conocer los atractivos naturales y culturales del territorio amazónico y que pernoctan por lo menos una noche en los cantones antes mencionados.

b. Universo de estudio

El universo de estudio se constituye por el total de los turistas nacionales y extranjeros que llegaron a los cantones Baños de Agua de Santa y Pastaza durante el año 2017. De acuerdo a las estadísticas llevadas por la Unidad de Turismo de cada uno de estos cantones, en relación a la afluencia turística de la ciudad de Baños, arribaron un total de 226994, de los cuales el 58% fueron turistas nacionales y el 48% restante constituyeron turistas internacionales. Respecto a la afluencia turística del cantón Pastaza, equivale a 36195 turistas, de los cuales, el 66% son nacionales y el 34% restante internacionales.

Tabla VII-11: Afluencia turística en el Cantón Baños de Agua Santa durante el año 2017.

AÑO 2017	T. NACIONALES		T. INTERNACIONALES		TOTAL
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
MESES					
ENERO	11051	8	8002	8	19053
FEBRERO	13795	10	9989	10	23784
MARZO	11257	9	8152	9	19409
ABRIL	9276	7	6717	7	15993
MAYO	9047	7	6552	7	15599
JUNIO	8143	6	5897	6	14040
JULIO	11565	9	8375	9	19940
AGOSTO	15110	11	10942	11	26052
SEPTIEMBRE	9102	7	6591	7	15693
OCTUBRE	9644	7	6983	7	16627
NOVIEMBRE	11333	9	8206	9	19539
DICIEMBRE	12334	9	8931	9	21265
TOTAL	131657	100	95337	100	226994
Universo de estudio	58%		42%		100%

Nota: Dato estadísticos (año 2017) de la Unidad de Turismo del cantón Baños de Agua Santa.

Tabla VII-12: Afluencia turística en el cantón Pastaza durante el año 2017.

AÑO 2017	T. NACIONALES		T. INTERNACIONALES		TOTAL
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
MESES					
ENERO	2208	9	1396	11	3604
FEBRERO	2409	10	1144	9	3553
MARZO	1982	8	931	8	2913
ABRIL	1884	8	852	7	2736
MAYO	2105	9	1325	11	3430
JUNIO	1652	7	514	4	2166
JULIO	2217	9	1106	9	3323
AGOSTO	2321	10	1076	9	3397
SEPTIEMBRE	1510	6	907	7	2417
OCTUBRE	1475	6	948	8	2423
NOVIEMBRE	1759	7	992	8	2751
DICIEMBRE	2367	10	1115	9	3482
TOTAL	23889	100	12306	100	36195
Universo de estudio	66%		34%		100%

Nota: Dato estadísticos (año 2017) de la Unidad de Turismo del cantón Pastaza.

c. Muestra

Para la determinación de la muestra de los cantones Baños de Agua Santa y Pastaza, se utilizó la fórmula que Aching (2007) que se detalla a continuación:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + p \cdot q}$$

Los datos que emplearon en la aplicación de la fórmula son:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio: **226994 (Baños); 36195 (Pastaza).**

(p . q) = Probabilidad de ocurrencia: **(0.50*0.50)**

z = constante de posibilidad de error: **1.96 (Baños); 1,79 (Pastaza).**

e = margen de error: **0.08**

Tabla 3VII-13: Cálculo de la muestra para los cantones Baños y Pastaza

Cálculo de la muestra para el cantón Baños	Cálculo de la muestra para el cantón Pastaza
$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)}$	$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)}$
$n = \frac{226294 * (0.50 * 0.50)}{(226994 - 1) \left(\frac{0.08}{1.96}\right)^2 (0.50 * 0.50)}$	$n = \frac{36195 * (0.50 * 0.50)}{(36195 - 1) \left(\frac{0.08}{1.79}\right)^2 (0.50 * 0.50)}$
$n = \frac{56748}{378,41}$	$n = \frac{9048,75}{72,55}$
n= 150	n= 125

Nota: Lily Lucio R (2018).

d. Instrumento

El instrumento para el estudio de demanda fue el cuestionario a través de la técnica de encuesta, los instrumentos elaborado en dos idiomas se encuentran adjuntos en el anexo N° 01.

e. Análisis estadístico del cantón Baños

1) Perfil demográfico

a) Nacionalidad y procedencia

Tabla VII-14: Distribución de la demanda según la procedencia del turista nacional y la nacionalidad del turista internacional.

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA					
PROCEDENCIA	T. NACIONAL			T. INTERNACIONAL	
PROVINCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PAÍS	RECUENCIA	PORCENTAJE
Guayas	29	33	Canadá	3	5
Tungurahua	11	13	Chile	12	19
Manabí	14	16	Argentina	9	14
Pichincha	23	26	Alemania	8	13
Sucumbíos	2	2	EE-UU	14	22
Galápagos	2	2	Francia	3	5
Chimborazo	6	7	Inglaterra	2	3
Total	87	100	Holanda	2	3
			Colombia	2	3
			España	4	6
			Otros	4	6
			Total	63	100
CANTÓN PASTAZA					
PROCEDENCIA	T. NACIONAL			T. INTERNACIONAL	
Provincia	Frecuencia	Porcentaje	País	Frecuencia	Porcentaje
Guayas	14	17	Canadá	2	5
Tungurahua	8	10	Chile	3	7
Manabí	6	7	Argentina	5	12
Pichincha	22	26	Alemania	7	16
Azuay	4	9	EE-UU	9	21
Loja	2	2	Francia	2	5

Chimborazo	7	9	Suiza	2	5
Santa Elena	4	5	Suecia	2	5
Macas	2	2	Holanda	2	5
Santo Domingo	5	6	España	5	12
Quevedo	3	5	Dinamarca	2	5
Otavalo	2	2	Otros	2	5
Bolívar	3	5	Total	43	100
Total	82	100			

Nota: Lily Lucio R (2018).

Análisis: La muestra de estudio está conformado por 150 individuos en el cantón Baños de Agua Santa, de los cuales el 58% lo conforman turistas nacionales y el 42% lo constituyen turistas internacionales.

En cuanto a los turistas nacionales, provienen en su mayoría de las provincias de la costa como Guayas y Manabí con un 33% y 16% respectivamente, seguido también por turistas de la provincia de Pichincha, con un 26%. Cabe recalcar que las encuestas se realizaron en el mes de marzo, período de vacaciones escolares para la región costa y feriado de Semana Santa. Además, la distancia entre Guayaquil y Baños, toma aproximadamente entre 5 a 6 horas de viaje, tiempo en el cual les permite apreciar gradualmente el cambio de paisaje y clima, siendo estos últimos uno de las motivaciones para llegar a Baños, su paisaje tranquilo y fresco, distinto a su entorno habitual. En contraste con Sucumbíos y Galápagos con un 2% de representatividad cada uno, debido a que la distancia y tiempo para llegar hasta el cantón Baños, son más extensos.

En relación al turista internacional, éstos proceden principalmente de los Estados Unidos en un 22%, seguido por Chile con un 19%, Argentina con un 14% y Canadá con un 5%; algunos países europeos como Alemania, Francia, Inglaterra, Holanda, España, entre otros que, constituyen un 29% de visitas, Alemania es su mayor representante con un 12%.

Estos resultados podrían atribuirse a que, la mayoría de turistas extranjeros provenientes de países de América, les atrae la idea de conocer los principales destinos turísticos de Sudamérica, en contraste con los turistas europeos, que prefieren así mismo visitar las principales atracciones del continente al cual corresponden.

En el cantón Pastaza (Puyo), la muestra de estudio lo constituyen 125 personas, de las cuales, el 66% lo conforman turistas nacionales y el 34% restante turistas internacionales.

Los turistas que principalmente visitan el cantón, vienen de la provincia de Pichincha, representado por un 27%, este resultado se debe a que muchos de ellos han tenido su residencia anterior en esta ciudad o tienen familia en la misma o sitios aledaños, el segundo porcentaje más alto, corresponde a la provincia de Guayas, la cual representa un 17%, puesto que, el mes de abril aún conforma su temporada vacacional para los estudiantes de esta región (temporada en la cual se realizaron las encuestas en Pastaza), así también Tungurahua está representado por un 10% de turistas, debido a la cercanía entre ambas

provincias. A diferencia del 2% de turistas que proceden de Otavalo y Loja, cuyo desplazamiento está supeditando al tiempo y la distancia al momento de tomar una decisión de viaje por motivo turísticos.

En cuanto al turista internacional, el 21% proviene de Los Estados Unidos, seguido por Alemania y Argentina con un 16% y 12% respectivamente, así también, Canadá, Francia, Suiza, Suecia, Holanda y Dinamarca, representan un 30% del total, esto se debe a que tanto Baños como la Amazonía ecuatoriana, son ofertadas a través de diferentes medios, sean estos intermediarios, como agencias de viajes y tour operadoras o través de guías especializadas de turismo, por lo tanto hay conocimiento generalizado de la zona y el turista extranjero prefiere viajar porque son destinos reconocidos en el país.

b) Género

Tabla VII-15: Distribución de la demanda según el género

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Género	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	40	46	38	60
Femenino	47	54	25	40
Total	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA (PUYO)				
Género	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
Masculino	40	52	20	47
Femenino	43	48	23	53
Total	83	100	43	100

Nota: Elaborado por Lily Lucio R (2018).

Análisis: El mercado nacional del cantón Baños está compuesto por un 46% de individuos del género masculino y en un 54% del género femenino, mientras que, el mercado internacional lo conforma un 60% el género masculino y un 40% el femenino.

En contraste con en el cantón Pastaza, el grupo masculino cuenta con un 52% más de visitas que el grupo femenino con un 48%, respecto del turista nacional. En relación al turista internacional, el 53% lo representa el género femenino y el 47% el masculino.

En ambos casos, posiblemente se debe a que la mayoría de turistas cuando viajan están acompañados por un amigo, un familiar o su pareja.

c) Edad

Tabla VII-16: Distribución de la demanda por la edad

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Edad	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
18-25	34	39	22	35
26-33	21	24	24	38
34-40	7	8	7	11
41-47	13	15	1	2
48-54	4	5	2	3
55-61	6	7	3	5
>62	2	2	4	6
Total	87	100	63	100

CANTÓN PASTAZA				
Edad	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
18-25	36	44	8	19
26-33	28	34	9	21
34-40	10	12	3	7
41-47	3	4	4	10
48-54	1	1	6	14
55-61	2	2	8	19
>62	2	2	4	10
Total	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: La demanda en el cantón Baños muestra que, la edad del mercado nacional está comprendida en un 39% por individuos entre 18-25 años, seguido por un 24% de 26 a 33 años.

En el mercado internacional, un 38% lo conforman el rango de edad entre los 26 a 33 años, precedido por un 35% de individuos entre 18 a 25 años.

El grupo de edad que en su mayoría viaja a Baños, lo realiza entre amigos, compañeros de la universidad o del trabajo, motivados a disfrutar de los deportes de aventura, la interculturalidad internacional y la diversión nocturna. A diferencia de los grupos de edad conformados por individuos mayores a 61 años, son los que menos se desplazan al cantón Baños, o generalmente se encuentran en sitios que ofrezcan beneficios para su salud, tales como las aguas termales o spas.

En cuanto al cantón Pastaza, se obtiene que, el mayor porcentaje de visitas por el mercado nacional está comprendido por individuos entre 18 a 25 años, lo cual constituye un 44% de este grupo. Este resultado se debe a un numeroso grupo de estudiantes universitarios que han viajado de otras ciudades

para estudiar en la Universidad Estatal Amazónica y durante los fines de semana se trasladan a los atractivos turísticos más cercanos que se encuentran en la ciudad o cerca de ella. Así también, el siguiente porcentaje es el 46% representado por dos grupos jóvenes profesionales comprendidos entre los 26 a 33 años y entre 34 a 40 años que viajan especialmente durante los feriados. Por lo cual, este porcentaje se debe tomar en cuenta al realizar paquetes turísticos y fijar tarifas.

En contraste con el 2%, el menor porcentaje que visita el cantón Pastaza, está representado los grupos de edad comprendido entre 48 a 62 años, esto puede deberse a la percepción de dificultad de recorrer los atractivos turísticos que caracterizan la Amazonía, clima más cálido, grandes ríos, largas caminatas por la selva entre laderas, insectos o serpientes.

El mercado internacional en el cantón Pastaza está representado principalmente por el grupo de edad entre 26 a 33 años con un 21%, seguido por aquellos que están entre los 18 a 25 y 55 a 61 años de edad, con una representatividad del 38%. Estos grupos, están conformados generalmente por estudiantes universitarios o profesionales, involucrados en actividades de investigación o voluntariado en algunas fundaciones de conservación ambiental y convivencia cultural, que generalmente se encuentran cercanas al cantón.

d) Nivel de instrucción

Tabla VII-17: Distribución de la demanda por el nivel de instrucción

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Nivel de educación	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	1	1	0	0
Secundaria	39	45	11	17
Universitaria	44	51	46	73
Maestría	3	3	6	10
Total	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
Nivel de educación	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	2	2	0	0
Secundaria	12	15	3	7
Universitaria	63	77	37	88
Maestría	5	6	2	5
Total	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R 2018.

Análisis: En relación al nivel de instrucción del mercado nacional en el cantón Baños, el 51% tiene instrucción universitaria, 45% cuenta con instrucción secundaria. Estos altos porcentajes en cuanto al nivel de instrucción, podrían estar presentes debido que, la mayoría de los encuestados provenían de provincias con ciudades grandes, como Guayaquil, Quito y Manabí, las cuales, según datos del INEC (2010), en estas provincias existen las menores tasas de analfabetismo, y que, además cuentan con más años de escolaridad. Cabe recalcar que, así mismo el grupo que corresponde a la tasa menor de analfabetismo se encuentra entre los 15 a 34 años, rango de edad promedio que sobresale en la demanda. A diferencia del 3% que representa el menor porcentaje con instrucción de cuarto nivel.

En comparación con el mercado internacional, el 73% tiene instrucción universitaria, puesto que, este grupo proviene de países que presentan altos niveles de priorización y calidad en educación, por ende, son independientes y estables financieramente, con mayores probabilidades para desplazarse.

En el cantón Pastaza respecto al nivel de instrucción, demuestra que no está representado por un 77% con formación universitaria o en proceso de formación.

El mercado internacional cuenta en un 88% con nivel de instrucción universitaria, grupo que generalmente está compuesto por individuos que han viajado hasta el cantón Pastaza, con fines científicos, tales como: manejo de fauna silvestre.

En ambos estudios de demanda, tanto de Baños como Pastaza, el grupo universitario es el más representativo, por lo cual podría considerarse las condiciones que este grupo generalmente presenta tales como: conocimientos, nivel de ingresos, forma de viaje, entre otros, al momento de elaborar paquetes turísticos con temas y actividades que podrían ser de su interés.

2) Perfil socioeconómico

a) Ocupación

Tabla VII-18: Distribución de la demanda según la ocupación

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Ocupación	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Ocupación	Porcentaje
Estudiantes	22	25	8	13
Servicios	24	28	29	46
Independiente	29	33	14	22
Jubilado	4	5	3	5
No declarado	8	9	9	14
Total	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
	Frecuencia	Porcentaje	Ocupación	Porcentaje

Estudiantes	54	66	8	19
Servicios profesionales	18	22	25	58
Independiente	7	9	5	12
Jubilado	3	4	4	9
No declarado	0	0	1	2
Total	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R 2018.

Análisis: Respecto de la ocupación del mercado nacional, el 33% trabajan de forma independiente, la mayoría de ellos en pequeños comercios y en labores domésticas de su propio hogar. Este porcentaje podría influir mayormente en el número de días de permanencia en un destino o temporada de viaje, puesto que no dependen de normas o reglamentaciones que alguien más imponga a sus agendas. Seguido de este porcentaje, se encuentra un 28% representado por profesionales en el área de salud, educación y asistencia social, los cuales planifican sus viajes dependiendo de sus vacaciones o feriados.

Cabe mencionar también un tercer grupo que sigue al anterior muy de cerca, los estudiantes, representados por un 25%, quienes viajan generalmente también durante sus vacaciones o fines de semana, de manera especial, quienes viven más cerca a esta zona. Mientras que, el porcentaje menor con un 5% lo representan los jubilados, demanda que también podría aprovecharse para las temporadas bajas, por mayor disponibilidad de tiempo y dinero para desplazarse.

En relación a la ocupación del turista internacional un 46% está conformado por profesionales en el sector de servicios, como médicos, docentes, guardias, mecánicos, constructores, ingenieros industriales, entre otros, un 22% lo constituyen ocupaciones de forma independiente, generalmente en negocios, ya sea en el sector inmobiliario, comercio, minero, artístico, u otros. La mayoría de estos grupos, proceden de países con políticas laborales que les permiten a sus empleados programar con mayor libertad sus permisos o vacaciones, consientes que un empleado motivado y recargado de nuevas energías es más productivo en su trabajo. Esta información podría utilizarse para la generación y promoción de paquetes turísticos que puedan atraer este segmento de mercado turístico en temporada baja, pues no requieren de períodos específicos para planificar sus viajes.

En cuanto al mercado nacional en el cantón Pastaza, el 66% son estudiantes universitarios, el 22% se ocupa en la prestación de servicios profesionales. El grupo universitario podría tomarse en cuenta para realizar paquetes turísticos con interés científico.

En relación al mercado internacional, el 58% presta servicios profesionales generalmente en áreas educativas y científicas, el 19% son estudiantes. La mayoría de individuos de este grupo, se ocupa en áreas de conservación, mediante voluntariados. Por lo cual, podría resultar de interés crear espacios para generar conocimiento científico, entre profesionales y estudiantes del exterior con el grupo universitario nacional, en las áreas de bosque húmedo tropical del cantón. Pudiendo ser también un gran apoyo para promover la conservación y preservación ambiental e incluso constituirse en una estrategia práctica para el aprendizaje de idiomas entre las culturas interactuantes.

3) En relación a la información general del cantón

a) Principal fuente de información turística

Tabla VII-19: Principal fuente de información turística

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Fuente de información turística	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Familiares y amigos	87	100	46	73
Libros	3	3	20	32
Agencias de viajes	3	3	15	24
Guías turísticas publicadas	5	6	11	17
Internet	13	15	42	67
Revistas, folletos, periódico	4	5	10	16
Tv., radio	6	7	5	8
Consulados y embajadas	0	0	1	2
Aerolínea	0	0	1	2
Total encuestados	87		63	

CANTÓN PASTAZA				
Fuente de información turística	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Familiares y amigos	74	90	33	77
Libros	13	16	11	26
Agencias de viajes	20	24	10	23
Guías turísticas publicadas	33	40	3	7
Internet	56	68	32	74
Revistas, folletos, periódico	21	26	3	7
Tv., radio	27	33	0	0
Consulados y embajadas	0	0	1	2
Aerolínea	0	0	1	2
Total encuestados	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R 2018.

Análisis: El mercado nacional que visita el cantón Baños menciona que, las fuentes de información que influyen en su decisión para visitar un destino turístico, en un 100% lo constituyen familiares y amigos, seguido por un 15% a través de internet, un 6% por televisión y radio, un 4% por revistas, folletos y periódicos

En el mercado internacional también se informan principalmente por familiares y amigos en un 73%, fuente que es apoyada por información en internet en un 67%, seguido por información que está también disponible en guías de viaje como Lonely planet, lo cual representa un 32%, mientras que, un 24% se informa a través de agencias de viajes

Respecto del mercado nacional que visita el cantón Pastaza se informa principalmente por familiares y amigos en un 90%, un 68% apoya la información que reciben por la fuente anterior con información en internet, las guías turísticas publicadas también infieren en un 40%, la televisión y radio, representan un 33% como otra fuente para el turista informarse.

En el mercado internacional también se informan principalmente por familiares y amigos en un 77%, fuente que es apoyada por información en internet en un 74%, seguido por información que está también disponible en guías de viaje, lo cual representa un 26% y un 23% se informa a través de agencias de viajes.

La fuente de información que incide en la mayoría de turistas son las recomendaciones de visita que las hacen sus familiares y amigos, información que corroboran mediante internet, fotos y comentarios en redes sociales, libros o guías de viaje online, de modo que, es innegable el poder de comunicación que tienen cada vez más los medios digitales por internet, sin embargo, la utilización de medios tradicionales como la radio, tv, aerolíneas, consulados o embajadas podrían aprovecharse de manera más productiva, mediante la aplicación de nuevas estrategias basadas en nuevas alianzas, promociones u otros recursos.

b) Utilidad de las fuentes de información

Análisis: En el cantón Baños los turistas nacionales e internacionales manifiestan que la información recibida por cada una de las fuentes si fue de utilidad en un 100%, puesto que coincidió con la realidad de los aspectos que tomaron en cuenta para visitarlos, tales como: ubicación del sitio, distancia, medios de transporte, características del entorno, servicios (alimentación, hospedaje, instituciones financieras, estaciones de combustible, entre otros).

Así también los turistas nacionales e internacionales que visitaron la ciudad de Puyo coinciden que, las fuentes de información que se utilizaron fueron útiles en un 100% ya que cada uno de estos medios se complementan para informar y orientar de mejor manera al turista.

4) Motivación de viaje

a) Motivo de viaje

Tabla VII-20: Motivo de viaje

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Motivación de viaje	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
	a			je
Vacaciones	37	43	28	44
Visita a familiares y amigos	2	2	2	3
Turismo	24	28	16	25
Vacaciones, turismo y visita a familiares y amigos	1	1	3	5
Vacaciones y turismo	23	26	12	19
Otros	0	0	2	3
Total	87	100	63	100

CANTÓN PASTAZA				
Motivación de viaje	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
	a		a	
Vacaciones	40	48	18	42
Visita a familiares y amigos	18	22	2	0
Turismo	30	36	23	53
Vacaciones y turismo	15	18	0	5
Total	83	106	43	100

Nota: Elaborado por Lily Lucio R. (2018)

Análisis: (cantón Baños). Los turistas nacionales realizan sus viajes en un 43% por vacaciones, en un 28% lo hacen por turismo, un 26% planifican sus viajes por ambos motivos.

En el mercado internacional, el viaje se da en un 44% por vacaciones, en un 28% por turismo, un 19% viaja por vacaciones y turismo.

El mercado nacional en Baños, proveniente de la costa, generalmente viaja cuando cuenta con vacaciones, las cuales, planifican tomarlas en el mes de marzo o abril, período en la cual sus hijos también tienen vacaciones, del mismo modo los turistas que proceden de provincias de la región andina y Amazonía prefieren viajar en el mes de agosto, época de vacaciones. Mientras que, el mercado internacional, en su mayoría viaja por vacaciones y turismo, en las que así mismo gozan de sus

vacaciones en el mes de agosto. Estos datos se deben considerar para organizar y planificar la capacidad de oferta de la planta turística, según los meses de temporada alta o baja.

En el cantón Pastaza, los turistas nacionales realizan sus viajes en un 48% por vacaciones, en un 36% lo hacen por turismo, un 22% por visitar a familiares y amigos y en un 18% planifican sus viajes por ambos motivos: vacaciones y turismo.

En el mercado internacional, el 53% viaja por turismo y en un 42% por vacaciones, este segmento de la demanda, generalmente aprovecha sus vacaciones para enriquecer sus conocimientos en el área que se hayan desarrollado o en búsqueda de reafirmar su espiritualidad, mientras exploran nuevas culturas, nuevos entornos y/o nuevas realidades. Por ello, las actividades dentro de programas de voluntariado en la selva amazónica y sus culturas, va teniendo un significativo alcance cada vez mayor en el cantón Pastaza.

5) En función de la oferta turística del cantón

a) Preferencia del tipo de atractivo turístico a visitar

Tabla 4VII-21: Preferencia del tipo de atractivo turístico a visitar.

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Preferencia del tipo de atractivo a visitar	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Atractivos de naturaleza	15	17	8	13
Atractivos culturales	0	0	0	0
Combinación de a. de naturaleza y culturales	72	83	55	87
Total	87		63	100
CANTÓN PASTAZA				
Preferencia del tipo de atractivo a visitar	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Atractivos de naturaleza	15	18	15	35
Combinación de a. de naturaleza y culturales	67	82	28	65
Total	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R 2018.

Análisis: En el cantón Baños los turistas nacionales prefieren combinar sus viajes entre atractivos turísticos de naturaleza y culturales en un 83%, un 17% prefiere solamente visitar atractivos turísticos naturales. Del mismo modo, los turistas internacionales prefieren en un 65% combinar sus viajes con

visitas a atractivo turísticos de naturaleza y culturales, mientras que, tan sólo un 35% prefiere la visita únicamente de atractivos turísticos de naturaleza.

En el cantón Pastaza los turistas nacionales prefieren tener en sus viajes la combinación de atractivos turísticos de naturaleza y culturales en un 82%, un 18% prefiere solamente visitar atractivos turísticos de naturaleza. Los turistas internacionales prefieren combinar sus viajes con visitas a atractivo turísticos de naturaleza y culturales en 65%, mientras que, un 35% elige la visita únicamente de atractivos turísticos de naturaleza.

Estos datos inciden en la creación de nuevas rutas y circuitos para lograr la combinación entre atractivos culturales y de naturaleza, los mismos que también pueden estar sujetos a nuevas adaptaciones, según prefiera el turista.

i. Atractivos turísticos de naturaleza

Tabla VII-22: Atractivo turísticos de naturaleza

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Atractivos turísticos naturales	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Ríos	72	83	55	87
Cascadas	73	84	54	86
Manantiales	73	84	50	79
Cuevas	63	72	47	75
Cavernas	59	68	47	75
Selva amazónica	70	80	58	92
Parques nacionales	67	77	59	94
Total encuestados	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
Atractivos turísticos naturales	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Ríos	67	82	38	88
Cascadas	63	77	43	100
Manantiales	65	79	43	95
Cuevas	38	46	29	67
Cavernas	43	52	29	67
Selva amazónica	61	74	43	95
Parques nacionales	45	55	40	93
Total encuestados	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R 2018.

Análisis: Respecto de los atractivos turísticos de naturaleza, la demanda nacional en el cantón Baños prefiere: un 83% visitar ríos, un 84% cascadas y manantiales, el 80% tiene interés por visitar la selva amazónica, a un 77% le gusta visitar parques nacionales, a un 72% prefiere la visita a cuevas y a un 68% visitaría también cavernas.

La demanda nacional tiene mayor preferencia por visitar atractivos de agua. Por ello, la implementación de facilidades turísticas para llegar a este tipo de atractivos, constituyen un gran potencial para generar flujos importantes de turistas hacia estas zonas.

El turista internacional, tiene mayor preferencia por visitar espacios naturales que se desarrollan dentro de áreas declaradas para conservación en un 94%, a un 92%, le atrae sumergirse en la selva tropical amazónica, parte de sus intereses, también se encuentran los ríos y cascadas en un 86%, seguido por un 79% que opta por manantiales, mientras que el 75% prefiere la visita de cuevas y cavernas. Por lo cual, el desarrollo de espacios turísticos debe estar enfocado en generar resultados prácticos y continuos sobre la conservación y preservación del ambiente, de modo que, las políticas, normas de visita o facilidades turísticas que se implementen en los atractivos para su desarrollo, puedan garantizar un aprovechamiento pleno, responsable y sostenible de los mismos.

De igual modo, los resultados que se obtuvo sobre la demanda del cantón Pastaza, se asemejan en gran medida a los resultados del caso anterior, en cuanto a los atractivos turísticos naturales, el turista nacional responde: un 82% está interesado por visitar ríos, un 79% manantiales, 78% cascadas, al 74% le gustaría disfrutar de la frescura de la selva amazónica, un 55% le gusta visitar parques nacionales, a un 46% les interesa visitar cuevas y a un 52% cavernas. En cuanto al turista internacional, un 100% le interesa visitar la selva amazónica, cascadas y manantiales, un 93% prefiere también visitar parques nacionales, un 77% le interesa visitar a ríos en los cuales pueda realizar alguna actividad deportiva y al 67% les gustaría visitar cuevas y cavernas.

ii. Atractivos turísticos culturales

Tabla VII-23: Atractivos turísticos culturales.

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Atractivos culturales	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Cultura de grupos étnicos amazónicos	62	71	38	60
Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	57	66	24	38
Comidas y bebidas tradicionales	59	68	45	71
Música y danza tradicional	59	68	38	60
Artesanías	63	71	38	60
Jardines etnobotánicos	59	68	31	49

Estaciones biológicas	61	70	28	44
Total encuestados	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Grupos étnicos amazónicos	28	34	28	65
Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	33	40	15	35
Comidas y bebidas tradicionales	45	55	35	81
Música y danza tradicional	44	54	27	63
Artesanías	26	32	35	81
Jardines etnobotánicos	19	23	31	72
Estaciones biológicas	19	23	33	77
Total encuestados	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: Los resultados de la demanda nacional del cantón Baños en cuanto a los atractivos turísticos culturales, manifiesta mayor interés por conocer las culturas de los grupos étnicos de la Amazonía y sus artesanías en un 71% y en un 68% sus comidas y bebidas tradicionales, seguido sin mucha diferencia por un 70% interesado en visitar estaciones biológicas en un ligero contraste con la preferencia de visita a jardines etnobotánicos en un 68%.

Mientras que, a un 71% del turista internacional le interesa disfrutar comidas y bebidas tradicionales, un 60% le gustaría conocer más sobre la cultura de los grupos étnicos de la Amazonía, comidas y bebidas y tradicionales, así como música y danza propia de la cultura anfitriona, a diferencia del 38% que prefiere conocer las diferentes manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares de la población local (este último punto hace referencia principalmente al aspecto **religioso** de la(s) culturas de la localidad del cantón Mera).

En la ciudad de Puyo respecto de los atractivos culturales, el 55% del mercado nacional está interesado por conocer la gastronomía típica de la localidad, el 54% en conocer sobre la música y danza tradicional, mientras que, un 23% les gusta visitar jardines etnobotánicos y estaciones biológicas.

Al mercado internacional requiere en un 81% las comidas y bebidas tradicionales, así como las artesanías, seguido por un 77% que prefiere visitar estaciones biológicas. En contraste con las manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares de menor preferencia, representa un 35%.

De acuerdo a los datos antes expuestos, la creación de proyectos productivos culturales, cuenta con altas probabilidades de ser exitosamente viables.

b) Actividades preferidas durante los viajes

i. Actividades turísticas culturales

Tabla VII-24: Actividades turísticas culturales

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Actividades turísticas culturales	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Convivencia con personas locales	41	47	36	57
Disfrutar de fiestas, cuentos y leyendas populares	47	54	37	59
Disfrutar Comidas y bebidas tradicionales	56	64	45	71
Disfrutar de música y danza tradicional	51	59	38	60
Agroturismo	39	45	19	30
Total encuestados	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
Actividades turísticas culturales	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Convivencia con personas locales	29	35	26	60
Disfrutar de fiestas, cuentos y leyendas populares	35	43	25	58
Disfrutar Comidas y bebidas tradicionales	53	65	32	74
Disfrutar de música y danza tradicional	40	49	26	60
Agroturismo	14	17	14	33
Total encuestados	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: En el cantón Baños, en relación a las actividades turísticas culturales que más prefieren los turistas nacionales durante sus viajes están: disfrutar de la gastronomía tradicional de la localidad en un 64%, seguido por disfrutar de música y danza tradicional. Estos resultados se dan debido a que la mayoría de turistas optan por descubrir algo diferente de su entorno habitual, como: sabores, ritmos, movimientos, instrumentos que forman parte, generalmente de una cultura ancestral, la cual, se aprecia como una muy distinta a la cultura de ellos. A diferencia de las actividades de agroturismo que representa el menor porcentaje con un 47%, percibidas como actividades de granja y cultivo dentro de una familia local, las cuales han tenido experiencias similares ya sea con sus familiares o amigos.

Del mismo modo, la mayoría de los turistas internacionales prefieren disfrutar de comidas y bebidas tradicionales en un 71%, seguido por un 59% que prefiere la música y danza tradicional, y las fiestas, cuentos y leyendas populares. Estos resultados podrían deberse igualmente, a esa tendencia por descubrir la mayor diversidad de particularidades que tienen la localidad que están visitando en el menor tiempo posible, lo cual, podría ser poco compatible con actividades de agroturismo, según el tiempo dispuesto que han planificado en sus viajes.

En el cantón Pastaza, en cuanto a las actividades turísticas culturales, la demanda nacional prefiere más, disfrutar de comidas y bebidas tradicionales en un 65%, mientras que, las actividades de agroturismo representan el menor porcentaje con un 17%.

En relación a los turistas internacionales un 74% prefiere disfrutar de comidas y bebidas tradicionales, un 60% prefiere la convivencia con personas locales y disfrutar de música y danza tradicional, un 58% prefiere disfrutar de fiestas, cuentos y leyendas populares y a un 23% le gustaría disfrutar de actividades de agroturismo.

Los resultados obtenidos sobre la demanda del cantón Pastaza, presenta bastante similitud con la demanda del cantón Baños, por lo cual, se les atribuyen a las mismas causas, de modo que, el fomento de proyectos culturales en la zona podría cautivar estos segmentos de demanda que viaja a Baños.

ii. Actividades turísticas de naturaleza

Tabla VII-25: Actividades turísticas de naturaleza

Actividades turísticas naturales	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Caminata por la selva	68	78	46	73
Observación de aves (aviturismo)	63	72	23	37
Cabalgata	50	57	25	40
Canopy	40	46	35	56
Ciclismo	36	41	42	67
Fotografía	54	62	41	65
Kayaking	31	36	28	44
Rafting	31	36	33	52
Canyoning	33	38	30	48
Paseos en canoa	68	78	37	59
Visita a cascadas	76	87	58	92
Baño en ríos y cascadas	76	87	48	76
Total encuestados	87	100	63	100
Actividades turísticas naturales	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Caminata por la selva	81	99	35	81

Aviturismo	59	72	34	79
Cabalgata	18	22	12	28
Canopy	34	41	24	56
Bicicleta	26	32	31	72
Fotografía	53	65	38	88
Kayaking	14	17	21	49
Rafting	21	26	27	63
Canyoning	16	20	30	70
Paseos en canoa	44	54	38	88
Visita a cascadas	64	78	41	95
Baño en ríos y cascadas	41	50	33	77
Total encuestados	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: Respecto de las actividades turísticas de naturaleza que más prefiere la demanda nacional de Baños son: visita y baño en ríos y cascadas con un 87%, caminatas por la selva y paseos en canoa en un 78%, mientras que los deportes extremos como kayaking y rafting, lo prefiere tan sólo un 36%. Estos resultados se dan por la belleza paisajística y mayores facilidades con las que cuentan los atractivos de agua para realizar más actividades en ella o en sus entornos, luego de una cálida caminata por selva, mismas que, son preferidas aquellas que no conlleven algún nivel de riesgo para sus vidas, tales como el kayaking o rafting. Cabe también recalcar, que la mayoría mencionaba no conocer de estas últimas actividades, las cuales, al ser mostradas mediante fotografías, eran totalmente descartadas con asombro, duda y miedo.

En relación a la demanda internacional, tiene mayor preferencia por caminatas por la selva en un 73%, precedido por ciclismo en un 67%, en contraste con la observación de aves, que representa un grupo minoritario del 37%. Dados estos resultados de la demanda internacional, se concluye que este segmento prefiere actividades al aire libre como una oportunidad para explorar los paisajes que rodean los atractivos turísticos que visitan. A diferencia de la observación de aves que requieren de mayores facilidades y recursos para realizarla.

En la ciudad de Puyo las actividades turísticas de naturaleza que prefiere el mercado nacional durante sus viajes son: el 99% caminatas por la selva, seguido por el 78% que elige la visita a cascadas. A diferencia de un pequeño grupo representado por el 17%, 20% y 26% que le gusta realizar deportes acuáticos extremos, tales como: kayaking, rafting y canyoning, respectivamente. La demanda nacional en Puyo también le teme a la práctica de deportes de aventura, prefiriendo las actividades que no conlleven niveles de riesgo. Sin embargo, este tipo de actividades no podrían dejarse de lado, puesto que, cada vez continúan teniendo mayor alcance, sumado a ello, la mayoría de turistas nacionales, respondieron sin haber practicado nunca tales deportes. Por este motivo, algunas estrategias promocionales podrían estar dirigidas a incentivar la práctica de estas actividades, y la especialización de las mismas para quienes ejerzan como guías turísticos de aventura.

El turista internacional prefiere en un 92% la visita de cascadas, seguido por un 88% que prefiere, paseos en canoa. A diferencia del 28% que le gusta tomar paseos a caballo. Estos resultados, se dan por el valor que el turista internacional le atribuye a la actividad física, como beneficioso para su salud. Contar con estos datos, permite que se puedan enfocar las facilidades, equipamiento, seguridad y personal necesario para llevar a cabo este tipo de actividades turísticas mientras se visitan los atractivos que arrojaron mayor preferencia por la demanda.

c) Facilidades turísticas utilizadas por los turistas

Tabla VII-26: Facilidades turísticas

CANTÓN BAÑO DE AGUA SANTA				
Facilidades turísticas	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Puntos de información turística	47	54	43	68
Centros de interpretación	22	25	12	19
Miradores	70	80	52	83
Torres de observación de la naturaleza	34	39	28	44
Senderos	67	77	58	92
Estaciones de sombra y descanso	62	71	36	57
Áreas de acampar	33	38	25	40
Baterías sanitarias	71	82	44	70
Estacionamiento	49	56	21	33
Total encuestados	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
Facilidades turísticas	T. NACIONAL		T. INTERNACIONAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Puntos de información turística	40	49	4	9
Centros de interpretación	8	10	12	28
Miradores	53	65	36	84
Torres de observación de la naturaleza	18	22	35	81
Senderos	66	80	43	100
Estaciones de sombra y descanso	51	62	43	100
Áreas de acampar	25	30	13	30
Baterías sanitarias	60	73	31	72
Estacionamiento	26	32	11	26
Total encuestados	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R (2018).

Análisis: En el cantón Baños el turista nacional menciona que, las facilidades turísticas que más han utilizado son: baterías sanitarias en un 82%, miradores en un 80% y senderos en un 77%, mientras que, tan sólo un 25% ha utilizado centros de interpretación.

En relación a los turistas internacionales el 92% ha utilizado senderos, el 83% miradores, un 70% baterías sanitarias, un 68% punto de información turística. A diferencia del uso de áreas de estacionamientos que representa un 33% y de igual modo al estudio de caso anterior, tan sólo un 19% ha utilizado centros de interpretación.

Cada una de estas facilidades han sido utilizadas en menor o mayor medida, dependiendo del atractivo y características que estén visitando, siendo las de mayor prioridad, la existencia y buen estado de: baterías sanitarias, senderos y estaciones de sombra y descanso, las cuales apoyan a la calidad de la experiencia del turista, así como a la promoción y conservación de un atractivo.

En el cantón Pastaza el turista nacional menciona que, las facilidades turísticas que ha utilizado cuando han visitado un atractivo son: el 80% senderos, 73% baterías sanitarias, el 65% miradores, el 62% estaciones de sombra y descanso, el 49% información turística, el 32 y 30% áreas de estacionamiento y áreas de acampar respectivamente, el 22% torres de observación y un 10% centros de interpretación.

La demanda internacional del Puyo, muestra que un 100% ha utilizado senderos y estaciones de sombra y descanso, el 84% miradores, el 81% torres de observación de la naturaleza. Mientras, sólo un 26% utilizó áreas de estacionamiento, y un 9% puntos de información turística.

La demanda del cantón Pastaza coincide con el estudio anterior sobre las facilidades de mayor prioridad de uso, ya que brindan seguridad y mayor comodidad para el desplazamiento del turista. Por ello, es recomendable, implementarlas paulatinamente en medida del crecimiento de la demanda.

d) Satisfacción de los servicios turísticos

Tabla VII-27: Satisfacción de los servicios de la planta turística

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA												
SATISFACCIÓN DEL SERVICIO	T. Nacional						T. Internacional					
	SI		NO		NO UTILIZADO		SI		NO		NO UTILIZADO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alojamiento	82	94	5	6	0	0	63	100	0	0	0	0
Alimentación	77	89	10	11	0	0	62	98	1	2	0	0

Guianza	57	100	0	0	30	34	44	98	1	2	18	29
Transporte	87	100	0	0	0	0	63	100	0	0	0	0
Total	87	100	87	17	87	49	63	100	63	3	63	29

SATISFACCIÓN DEL SERVICIO	CANTÓN PASTAZA											
	T. Nacional						T. Internacional					
	SI		NO		NO UTILIZADO		SI		NO		NO UTILIZADO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Alojamiento	78	95	4	5	0	0	37	86	6	14	0	0
Alimentación	81	99	1	1	0	0	42	98	1	2	0	0
Guianza	9	11	2	2	71	87	13	30	0	0	30	70
Transporte	81	99	1	1	0	0	40	93	3	7	0	0
Total	82	100	82	10	83	86	43	100	43	23	43	70

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: En cuanto a los niveles de satisfacción por los servicios de la planta turística en el cantón Baños, los turistas nacionales mencionan que, se encuentran satisfechos en un 94% con el servicio de alojamiento, un 89% con el servicio de alimentación, un 76% ha utilizado el servicio de guianza, el cual manifiesta sentirse satisfecho en un 100%, el cual es identificado principalmente con el servicio de guianza que se brinda en los vehículos turísticos (chivas) para la visita de cascadas y mirador de la ciudad de Baños, cabe recalcar que, el 34% de la demanda nunca han utilizado el servicio de guianza en el cantón, mientras que, con el servicio de transporte y estado de las vías para trasladarse a esta ciudad, su satisfacción está en un 100%.

Este segmento emite como principales sugerencias para el servicio de alojamiento: mejorar la limpieza de las habitaciones, atender el servicio con más cordialidad, cubrir todas las habitaciones con el servicio de ducha con agua caliente y señal wifi. Para el servicio de alimentación se sugiere: mayor control de limpieza en los utensilios de los restaurantes. Así también mejorar la sazón de los alimentos que se ofertan en el cantón (sugerido por turistas de la costa). Respecto del servicio de transporte tan sólo se sugirió se brinde mayor confort en los asientos de los vehículos turísticos (chivas).

En relación a los turistas internacionales, están satisfechos en un 100% con los servicios de alojamiento y transporte, un 98% en los servicios de alimentación y guianza. Se recalca que el 29% no ha utilizado el servicio de guianza en el cantón Baños.

Las sugerencias de turistas internacionales respecto a los servicios de alimentación son: diversificar la oferta gastronómica con platos que contengan más vegetales, menos carbohidratos y proteínas de origen animal

En relación al servicio de guianza se menciona que los guías para realizar recorridos en la selva proporcionen más información sobre los paisajes (flora, fauna, ríos, cascadas, montañas, etc.) que van observando, siendo también más interactivos y dinámicos.

Además, se sugiere que en los puntos de información turística se proporcione información veraz en concordancia con la realidad de los atractivos turísticos y sus condiciones para poder ser visitados (costo de ingreso, horarios, distancias, medios de transporte). Finalmente, se sugiere que la infraestructura de aquellos establecimientos que son parte fundamental en la motivación de muchos turistas, como las piscinas termales, se encuentren en condiciones salubres que garanticen el bienestar y seguridad de sus visitantes.

En el cantón Pastaza los turistas nacionales mencionan que, el 99% se encuentra satisfecho con el servicio de alimentación y transporte, el 95% menciona su satisfacción respecto del servicio de alojamiento, el 11% que ha utilizado el servicio de guianza, también está satisfecho, un 2% no lo está y un 87% no ha utilizado este servicio.

Respecto del turista internacional se encuentra satisfecho en un 98% con el servicio de alimentación, el 93% con el servicio de transporte, el 86% con el servicio de alojamiento, del 13% que ha utilizado el servicio de guianza, el 100% se encuentra satisfecho, y un 70% restante no ha utilizado este servicio.

6) Frecuencia de visita

a) Modalidad de viaje

Tabla VII-28: Modalidad de viaje

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Modalidad de viaje	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viajes	2	2	4	6
Independiente	84	97	56	89
Agencia de viajes/Independiente	1	1	2	3
Otro	0	0	1	2
Total	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
Modalidad de viaje	T. Nacional		T. Internacional	

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viajes	8	10	7	16
Independiente	69	84	36	84
Agencia de viajes/Independiente	1	1	0	0
Otro	4	5	0	0
Total	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: En el cantón Baños los turistas nacionales manifiestan que, viajan en un 97% de forma independiente. Así como también, los turistas internacionales, viaja en un 89% de forma independiente.

En el cantón Pastaza los turistas nacionales manifiestan que, viajan en un 77% de forma independiente. En relación al turista internacional el 84% viaja de forma independiente y un 16% contrata los servicios de una agencia de viajes.

En ambos casos de estudio, se prefiere viajar de forma independiente para evitar intermediarios y por ende pagar un precio más bajo.

b) Composición del grupo

Tabla VII-29: Composición del grupo.

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Composición del grupo	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Sólo	2	2	21	33
Con amigos	13	15	24	38
Familiares	49	56	13	21
Familiares y amigos	23	26	5	8
Total	87	100	63	100
CANTÓN BAÑOS DE PASTAZA				
Composición del grupo	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Sólo	3	4	7	16
Con amigos	25	30	12	28
Familiares	27	33	18	42
Familiares y amigos	27	33	6	14
Total	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: la demanda nacional del cantón Baños, viaja generalmente en compañía de familiares en un 56%, y tan sólo un 2% viaja sólo. En contraste con el resultado anterior, la demanda internacional, viaja con amigos un 38%, precedido por el 33% viaja que solo.

En cuanto al cantón Pastaza, la composición del grupo en relación al mercado nacional se constituye por un 33% en viajes con familiares, y también un 33% de viajes con familiares y amigos, y sólo un 4% viaja sólo. Respecto de la demanda internacional el 42% viaja con familiares (generalmente con su pareja), el 28% con amigos, el 16% viaja sólo.

Los turistas internacionales, evidentemente son más independientes financiera y emocionalmente, al momento de viajar. Además, han crecido en entornos familiares y sociales, en los cuales, viajar es parte de su estilo de vida, sin que necesariamente la familia tenga que estar incluida. Por lo cual, estos datos permitirán establecer la capacidad y calidad de la planta turística, así como también incidir en la creación de programas de actividades, que generen ambientes de interculturalidad y amistad entre los turistas. La demanda nacional, generalmente decide planificar sus viajes, de manera que las vacaciones o tiempo libre, puedan coincidir entre los miembros de sus familias.

c) Duración del viaje

Tabla 5VII-30: Duración del viaje

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Duración de su viaje	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2 días	31	36	12	19
3 - 4 días	49	56	31	49
5 - 7 días	2	2	16	25
Más de 8 días	5	6	4	6
Total	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
Duración de su viaje	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2 días	47	57	34	79
3 - 4 días	34	41	7	16
5 - 7 días	1	1	0	0
Más de 8 días	0	0	2	5
Total	82	100	43	100

Nota: Elaborado por Lily Lucio R, 2018.

Análisis: La duración del viaje de los turistas nacionales en el cantón Baños son de 3 a 4 días en un 56%, mientras que, tan sólo un 2% permanece de 5 a 7 días.

En cuanto a los turistas internacionales, el 49% se queda de 3 a 4 días, y tan sólo el 6% se queda por más de 8 días, ya que requieren de más tiempo para visitar otros atractivos turísticos, en la ciudad y sus alrededores, los cuales son considerados tranquilos, con un clima agradable, relajante y con variada oferta paisajística y gastronómica.

En el cantón Pastaza el mercado nacional permanece de 1 a 2 días, lo cual representa un 57%, le precede el tiempo de permanencia de 3 a 4 días con un 41%, porcentaje que podría representar a aquellos que visitan el cantón por reencontrarse con su familia y amigos y el 1% lo constituyen grupos que permanecen de 3 a 4 días. Por otro lado, el 79% de la demanda internacional principalmente permanece en el cantón de 1 a 2 días, seguido por quienes deciden prolongar su tiempo de permanencia de 3 a 4 días para adentrarse más al bosque húmedo de la Amazonía y sus paisajes, mientras sólo un 5% ha decidido permanecer por más de 8 días, con el objetivo de realizar actividades de voluntariado en algunos refugios de vida silvestre de la provincia de Pastaza. Estos datos son de gran relevancia para la elaboración y organización de rutas y/o circuitos, actividades con planta turística del cantón y zonas aledañas.

d) Gasto promedio diario por persona en turismo

Tabla VII-31: Gasto promedio diario por persona en turismo

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Gasto promedio	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$20	5	6	6	10
\$20 - \$25	11	13	27	43
\$26 - \$30	16	18	9	14
\$31 - \$35	5	6	2	3
\$36 - \$40	21	24	5	8
\$41 - \$45	2	2	3	5
\$46 - \$50	18	21	3	5
Más de \$50	9	10	8	13
Total	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
Gasto promedio	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$20	8	10	4	9
\$20 - \$25	32	39	11	26
\$26 - \$30	11	13	4	9
\$31 - \$35	3	4	0	0
\$36 - \$40	10	12	0	0

\$41 - \$45	4	5	3	7
\$46 - \$50	10	12	8	19
Más de \$50	4	5	13	30
Total	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: El gasto promedio diario de los turistas nacionales que visitan el cantón Baños, es en un 24% de 36 a 40 dólares americanos, precedido por un 21% que gasta de 46 a 50 dólares americanos, y para un 10% su gasto promedio sobrepasa los 50 dólares americanos.

Mientras que, el gasto promedio diario de los turistas internacionales es un 43% de 20 a 25 dólares americanos, y un 10% gasta entre 41 y 50 dólares americanos por día.

El gasto promedio diario de los turistas nacionales que visitan el cantón Pastaza, es en un 39% de 20 a 25 dólares americanos, un 10% tiene de gasto promedio, menos de 20 dólares americanos, y un 5% manifiesta gastar más de \$50 y un 4% gasta entre 31 a 35 dólares americanos.

Para la demanda internacional de Pastaza, el gasto promedio diario más alto, corresponde a más de 50 dólares americanos, representado por un 48%, mientras que, un 9% menciona su tope máximo de gasto diario es de 41 a 50 dólares americanos.

Ante estos resultados, convendría elaborar paquetes turísticos de entre \$25,00 a \$40,00 por pax diario, puesto que constituye el gasto promedio de la demanda nacional e internacional en ambos casos.

e) Forma de pago

Tabla VII-32: Forma de pago.

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Método de pago	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	69	79	43	68
Efectivo y tarjeta de crédito	18	21	20	32
Total	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
Método de pago	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	69	84	26	60
Efectivo y tarjeta de crédito	8	10	17	40
Tarjeta de crédito	5	6	0	0

Total	83	100	43	100
--------------	----	-----	----	-----

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: La forma de pago de los turistas nacionales que visitan el cantón Baños de Agua Santa es, en un 79% en efectivo, y un 21% lo hace a través de efectivo y tarjeta de crédito. Mientras que, en los turistas internacionales el 68% lo realiza en efectivo y en un 32% combina su forma de pago en efectivo y tarjeta de crédito.

Análisis: La forma de pago de los turistas nacionales que visitan el cantón Pastaza es en un 84% en efectivo, y un 5% paga por medio de tarjeta de crédito. Mientras que, en los turistas internacionales el 60% pagan en efectivo y en un 40% combina su forma de pago en efectivo y tarjeta de crédito.

Aunque el método de pago por tarjeta de crédito sea menor por efectivo, es necesario que los establecimientos turísticos cuenten con el sistema de pago por tarjeta de crédito, ya que les permite estar preparados para este tipo de servicio que cada vez es más utilizado.

f) Temporada de viaje

Tabla VII-33: Temporada de viaje.

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Temporada de viaje	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Enero a abril	37	43	37	59
Mayo a agosto	9	10	6	10
septiembre a diciembre	3	3	4	6
Feriados	4	5	0	0
Fines de semana	2	2	0	0
Cualquier época del año	32	37	13	21
Al inicio y final del año	0	0	3	5
Total	87	100	63	95

CANTÓN PASTAZA				
Temporada de viaje	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Enero a abril	37	43	37	59
Mayo a agosto	9	10	6	10
septiembre a diciembre	3	3	4	6
Feriados	4	5	0	0
Fines de semana	2	2	0	0
Cualquier época del año	32	37	13	21

Al inicio y final del año	0	0	3	5
Total	87	100	63	95

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: La temporada en la que usualmente viajan los turistas nacionales que visitan el cantón Baños, es en un 43% de enero a abril, segmento de demanda conformada por turistas que provienen de la costa y gozan de sus vacaciones en este período, como se ha expuesto anteriormente. Le precede un 37% que prefiere viajar en cualquier época del año, grupo que puede estar conformado por individuos con ocupación independiente, así como, por aquellos que se han jubilado, mientras un 2% viaja usualmente los fines de semana, lo cual lo constituyen individuos que viven en la provincia de Tungurahua.

Respecto del turista internacional, el 59% viaja de enero a abril (o ya sea a finales o inicios del año), período en el cual, se presenta temperaturas muy bajas, en países de norte América y Europa, mientras sólo un 10% prefiere viajar de mayo a agosto, período en el cual, en la mayoría de países del mundo, los empleados y estudiantes gozan de sus vacaciones. Este menor porcentaje, bien podría no tomarse en cuenta por su baja representatividad, sin embargo, ambos porcentajes constituyen una gran oportunidad para captar esta demanda, según la oferta de productos turísticos innovadores e inclusivos con estrategias promocionales que capture dicha demanda.

La temporada en la que usualmente viajan los turistas nacionales que visitan el cantón Pastaza, es en un 43% de enero a abril, precedido por el 37% que viaja cualquier época del año, y un 2% viaja los fines de semana. Respecto de la demanda internacional, el 59% viaja de enero a abril, el 21% cualquier época del año, un 10% de mayo a agosto y un 6% de septiembre a diciembre y un 5% al iniciar y finalizar el año.

Estos resultados se atribuyen a las que se han mencionado en el estudio de demanda de este ítem en el cantón Baños.

g) Satisfacción del viaje

Tabla VII-34: Satisfacción del viaje.

CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA				
Satisfacción del viaje	T. Nacional		T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	87	100	63	100
No	0	0	0	0
Total	87	100	63	100
CANTÓN PASTAZA				
Satisfacción del viaje	T. Nacional		T. Internacional	

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	90	41	95
No	8	10	2	5
Total	82	100	43	100

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Análisis: Los turistas nacionales que llegaron al cantón Baños de Agua Santa en un 100% están satisfechos con su viaje, así como también los turistas internacionales en un 100% están satisfechos de su viaje.

Los turistas nacionales que llegaron al cantón Pastaza en un 90% están satisfechos con su viaje, mientras que, los turistas internacionales en un 95% manifiestan satisfacción, este nivel de porcentaje menos alto que el que presentó el cantón Baños, se debe al mal tiempo con fuertes lluvias en el mes de abril en esta zona del país, lo cual fue un limitante para la realización de actividades al aire libre y su traslado a otros destinos turísticos.

h) Siguiendo destino de visita (extranjeros)

Tabla VII-35: Siguiendo destino de visita del turista internacional.
CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA

Siguiendo destino de visita	T. Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje
Cuenca	8	13
Quito	9	14
Guayaquil	1	2
Tena	7	11
Quilotoa	5	8
Otavalo	1	2
Puerto López	5	8
Loja	2	3
Riobamba	5	8
Cuyabeno	4	6
Galápagos	3	5
Cotopaxi	3	5
Tren Nariz del Diablo	2	3
Yasuní	2	3
Puyo	3	5
Mompiche	1	2

Montañita	2	3
Salinas	3	5
Chimborazo	2	3
Total encuestados	63	100

CANTÓN PASTAZA

Siguiente destino de visita	Internacional	
	Frecuencia	Porcentaje
Cuenca	5	12
Quito	4	9
Guayaquil	7	16
Misahuallí	4	9
Puerto. López	2	5
Riobamba	2	5
Galápagos	2	5
Tren Nariz del Diablo	3	7
Yasuní	5	12
Montañita	3	7
Salinas	3	7
Chimborazo	3	7
Total encuestados	43	100

Nota: Elaborado por Lily Lucio R, 2018.

Análisis: Para la demanda internacional del cantón Baños, el siguiente destino de visita por parte del turista internacional es Quito, representado por un 14%, seguido por Cuenca con un 13%, le sigue otra ciudad amazónica, Tena con un 11%, mientras que, para un 3%, los siguientes destinos son: Loja, el Tren de la Nariz del Diablo, la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, Yasuní y Montañita, seguido por Guayaquil, Otavalo y Mompiche con un 2%.

De los encuestados internacionales en el cantón Pastaza, el siguiente destino de visita por parte del turista internacional es Guayaquil en un 16%, mientras que el menor porcentaje, lo representa un 7%, con destinos a Puerto López, Riobamba y Galápagos en un 5%.

f. Perfil del turista

A continuación, se describe, el perfil del turista que visita los cantones Baños de Agua Santa y Pastaza poblados más cercanos al cantón Mera y con un alto flujo de turistas hacia los mismos.

Tabla IV-36: Perfil del turista que visita los cantones Baños de Agua Santa y Pastaza

INDICADORES	CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA	CANTÓN PASTAZA (PUYO)
Nacionalidad /provincia	Turista nacional: provienen de Guayas y Manabí (49%) y Pichincha (26%).	Turista nacional: proviene de la provincia de Pichincha (27%), Guayas 17% y Santa Elena (9%).
	Turista internacional: proviene de Los Estados Unidos (22%), Chile (19%) y Argentina (14%).	Turista internacional: proviene de Los Estados Unidos (21%), Alemania (16%) y Argentina (12%).
Género	Turista nacional: género femenino (54%) y masculino (46%).	Turista nacional: género masculino (52%) y femenino (48%).
	Turista Internacional: género masculino (60%) y femenino (40%).	Turista Internacional: el 53% es de género femenino y el 47% masculino
Edad	Turista nacional: entre 18 a 25 años (39%) y de 26 a 33 años (24%).	Turista nacional: entre 18 y 25 años (44%), y 26 a 40 años (46%).
	Turista Internacional: 26 a 33 años (38%), y entre 18 a 25 años (11%).	Turista Internacional: 26 a 33 años (21%) y 18 a 25 años y de 55 a 61 años (19%).
Nivel de instrucción	Turista nacional: formación universitaria (51%) e instrucción secundaria (45%).	Turista nacional: formación o proceso de formación universitaria (77%) e instrucción secundaria (15%).
	Turista Internacional: instrucción universitaria (73%) y secundaria (17%).	Turista Internacional: formación universitario(88%) secundaria (7%).
Ocupación	Turista nacional: el 33% labora de forma independiente (comerciantes) y un 28% presta servicios profesionales	Turista nacional: el 66% son estudiantes universitarios y el 22% se ocupa en la prestación de servicios profesionales.

	Turista Internacional: servicios profesionales (46%) y de forma independiente (22%).	Turista Internacional: servicios profesionales (58%) y estudiantes (19%).
Fuente de información turística	Turista nacional: información de familiares y amigos (100%), e internet (15%).	Turista nacional: se informa por familiares y amigos (90%) e internet (68%).
	Turista Internacional: se informa por familiares y amigos (73%), internet (67%), guías y libros de viajes (32%).	Turista Internacional: se informa por familiares y amigos (77%) y por internet (74%).
Utilidad de las fuentes de información	Turista nacional: las diferentes fuentes de información que se utilizaron fueron útiles (100%).	Turista nacional: las diferentes fuentes de información que se utilizaron fueron útiles (100%).
	Turista internacional: las diferentes fuentes de información que se utilizaron fueron útiles (100%).	Turista internacional: las diferentes fuentes de información que se utilizaron fueron útiles (100%).
Motivo de viaje	Turista nacional: viaja por vacaciones (43%), por turismo (28%) y por los dos motivos anteriormente mencionados (26%).	Turista nacional: viaja por vacaciones (48%), por turismo (36%), por visita a familiares y amigos (22%).
	Turista internacional: viaja por vacaciones (44%), por turismo (28%) y por vacaciones y turismo (19%).	Turista internacional: viaja por turismo (53%) y vacaciones (42%).
Preferencia del tipo de atractivo a visitar	Turista nacional: prefiere combinar sus viajes entre atractivos turísticos naturales y culturales (83%)	Turista nacional: prefiere combinar atractivos turísticos naturales y culturales (82%).
	Turista internacional: prefiere en un combinar sus viajes con visitas a atractivo turísticos de naturaleza y culturales (87%), prefiere la visita de atractivos turísticos de naturaleza (13%).	Turista internacional: combina sus viajes con visitas a atractivo turísticos naturales y culturales (65%), y también prefiere la visita únicamente de atractivos turísticos naturales (35%).
Atractivos turísticos naturales	Turista nacional: está interesado por visitar ríos (83%), cascadas y manantiales (84%), la selva	Turista nacional: está interesado por visitar ríos (82%), manantiales (79%), cascadas (77%), selva amazónica (74%).

	amazónica (80%) y parques nacionales (77%).	
	Turista internacional: le interesa visitar parques nacionales (94%), selva amazónica (92%), ríos (87%), cascadas (86%), manantiales (79%) y cuevas y cavernas (75%).	Turista internacional: le interesa visitar cascadas (100%), la selva amazónica y cascadas (95%), parques nacionales (93%) y ríos (88%)
Atractivos turísticos culturales	Turista nacional: conocer la cultura de los grupos étnicos amazónicos y las artesanías de la localidad (71%), estaciones biológicas (70%), comidas y bebidas tradicionales, música y danza tradicional, y jardines etnobotánicos (68%).	Turista nacional: está interesado por conocer la gastronomía típica de la localidad (55%), la música y danza tradicional (54%), manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares (40%).
	Turista internacional: le interesa disfrutar comidas y bebidas tradicionales (71%), la cultura de los grupos étnicos de la Amazonía, comidas y bebidas y tradicionales, así como música y danza propia de la cultura anfitriona (60%).	Turista internacional: comidas y bebidas tradicionales y artesanías (81%), estaciones biológicas (77%), jardines etnobotánicos (72%), grupos étnicos de la Amazonía (65%).
Actividades turísticas culturales	Turista nacional: disfruta de la gastronomía tradicional de la localidad (64%), de música y danza tradicional (59%), fiestas, cuentos y leyendas populares (54%).	Turista nacional: disfruta de comidas y bebidas tradicionales (65%), música y danza tradicional (49%), fiestas, cuentos y leyendas populares (43%).
	Turista internacional: prefiere disfrutar de comidas y bebidas tradicionales (71%), música y danza tradicional, fiestas, cuentos y leyendas populares (59%), convivencia con personas locales (57%).	Turista internacional: prefiere disfrutar de comidas y bebidas tradicionales (74%), convivir con personas locales (60%), música y danza tradicional, y fiestas, cuentos y leyendas populares (58%).
Actividades turísticas de naturaleza	Turista nacional: le gusta visitar cascadas, bañarse en ríos y cascadas (87%), caminar por la selva y paseos en canoa (78%), observación de aves	Turista nacional: caminatas por la selva (99%), cascadas (78%), observación de aves (72%), fotografía (65%), paseos en canoa (54%), bañarse

	(72%), fotografía (62%), cabalgata (57%), canopy (46%), ciclismo (41%), canyoning (38%), kayaking y rafting (36%).	en ríos y cascadas (50%) y canopy (41%).
	Turista internacional: prefiere caminatas por la selva (73%), ciclismo (67%), fotografía (65%), un paseo en canoa (59%), a un le gusta el canopy (56%), rafting (52%), y kayaking 44%.	Turista internacional: Le gusta visitar cascadas (92%), paseos en canoa y fotografía (88%), caminatas por la selva (81%), observación de aves (79%), tomar un baño en ríos y cascadas (77%), pasear en bicicleta (72%), canyoning (70%) y rafting (63%).
Facilidades turísticas	Turista nacional: utiliza baterías sanitarias (82%), miradores (80%), senderos (77%), estaciones de sombra y descanso (71%), áreas de estacionamiento (56%) y puntos de información turística (54%).	Turista nacional: cuando se han visitado atractivos turísticos, han utilizado senderos (80%), baterías sanitarias (73%), miradores (65%), el estaciones de sombra y descanso (62%), puntos de información turística (49%)
	Turista internacional: ha utilizado senderos (92%), miradores (83%), baterías sanitarias (70%), puntos de información turística (68%), estaciones de sombra y descanso. (57%)	Turista internacional: ha utilizado senderos estaciones de sombra y descanso (100%), miradores (84%), torres de observación de la naturaleza (81%), baterías sanitarias (72%).
Satisfacción de los servicios turísticos	Turista nacional: está satisfecho con los servicios de alojamiento (94%), alimentación (89%), guianza (100%), y transporte (100%).	Turista nacional: está satisfecho con los servicios de alojamiento (95%), alimentación (99%), guianza (98%), y transporte (95%).
	Turista internacional: está satisfecho con los servicios de alojamiento y transporte (100%), alimentación y guianza (98%),	Turista internacional: está satisfecho con los servicios de alojamiento (86%), alimentación (98%), guianza (100%), y transporte (93%).
Modalidad de viaje	Turista nacional: viaja de forma independiente (97%).	Turista nacional: viaja de forma independiente (77%), a través de una agencia de viajes (15%).

Composición del grupo	Turista internacional: viaja de forma independiente (89%).	Turista internacional: viaja de forma independiente (84%).
	Turista nacional: viaja en familia (56%), con familiares y amigos (26%), viaja entre amigos (15%). Turista internacional: viaja con amigos (38%), viaja solo (33%), y viaja con su familia y amigos (28%).	Turista nacional: viaja con familiares (33%), viaja con amigos (30%). Turista internacional: viaja con familiares (generalmente con su pareja, 42%) y con amigos (28%).
Duración del viaje	Turista nacional: generalmente permanece de 3 a 4 días (56%) y de 1 a 2 días (36%).	Turista nacional: el tiempo de permanencia es de 1 a 2 días (57%) y de 3 a 4 días (41%).
	Turista internacional: se queda de 3 a 4 días (49%), de 5 a 7 días (25%), de 1 a 2 días (19%).	Turista internacional: permanece de 1 a 2 días (79%), y de 3 a 4 días (16%).
Gasto promedio	Turista nacional: gasta de 36 a 40 USD (24%), de 46 a 50 USD (21%) y un gasta menos de 20 a 25 USD (19%).	Turista nacional: un 39% gasta de 20 a 25 USD, en un 13% de 26 a 30 dólares americanos, un 12% de 36 a 40 USD.
	Turista internacional: gasta de 20 a 25 USD (43%), y entre 26 a 40 USD. (25%)	Turista internacional: gasta más de 50 dólares americanos (48%), de 20 a 25 dólares americanos (19%) y de 26 a 30 dólares americanos (14%).
Forma de pago	Turista nacional: paga en efectivo (79%), y a través de efectivo y tarjeta de crédito (21%).	Turista nacional: paga en efectivo (84%), y a través de efectivo y tarjeta de crédito (10%).
	Turista internacional: paga en efectivo (68%) y en efectivo y tarjeta de crédito (32%)	Turista internacional: paga en efectivo (60%) y en efectivo y tarjeta de crédito (40%).
Temporada de viaje	Turista nacional: viaja un de enero a abril (43%), y en cualquier época del año (37%).	Turista nacional: viaja de mayo a agosto (44%), de enero a abril (24%) un de septiembre a diciembre (16%).
	Turista internacional: viaja de enero a abril (59%), un cualquier época del año (21%).	Turista internacional: viaja de enero a abril (56%), de septiembre a diciembre (16%) y de mayo a agosto (12%).
Satisfacción del viaje	Turista nacional: están satisfechos de su viaje (100%).	Turista nacional: están satisfechos de su viaje (100%).
	Turista internacional: están satisfechos de su viaje (100%).	Turista internacional: están satisfechos de su viaje (100%).

Siguiente destino de visita	Turista internacional: Los siguientes destinos de visita son Quito (14%), Cuenca (13%), Tena (11%), Quilotoa y Riobamba (8%), Cuyabeno (6%), Galápagos, Cotopaxi y Puyo (5%).	Turista internacional: Los siguientes destinos de visita son Guayaquil (16%), Cuenca y Yasuní (12%), Quito y Tena (9%), el Tren de la Nariz del Diablo, Montañita, Salinas y la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo (7%).
------------------------------------	--	--

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

2. Análisis de la oferta

Mediante la recopilación de fuentes de información primaria y secundaria se procedió al análisis de la oferta actual, que se realizó a nivel del sistema turístico en base a los siguientes componentes: atracciones y actividades, infraestructura básica, planta turística, superestructura.

a. Atracciones y actividades

El cantón Mera cuenta con 57 atractivos turísticos, los cuales se encuentran distribuidos en sus parroquias, encontrándose principalmente, ríos, cascadas, cavernas, bosques húmedos tropicales, asentamientos de culturas ancestrales, balnearios, práctica de deportes de aventura, entre otros, cuya información se encuentra detallada en la tabla N° VII-37

Tabla VII-37: Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Mera.

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO			
1	Complejo turístico Cavernas del río Anzu	M Mera. 01° 26' 25" de latitud Sur y 78° 06' 11" de longitud oeste. Altitud: 1150 m.s.n.m.	Sitios naturales	Fenómenos espeleológicos	Cavernas	II	Es un complejo formado por 30 cavernas, entre las más conocidas se encuentran: "La Unión de Dos Continentes" y "La Copa del Mundo", mismas que poseen formaciones de estalacitas y estalagmitas formadas a largo de miles de años. Tienen aproximadamente 3 m. de alto por 4 m. de ancho, posteriormente se ingresa por pequeños orificios que conduce a las cámaras interiores.	Todo el año
2	Caverna Unión de Dos Continentes	M Mera. 1°26'11.9" Latitud Sur 78°04'19.0" Longitud Oeste. Altitud: 1150 m.s.n.m.	Sitios naturales	Fenómenos espeleológicos	Cavernas	II	Este atractivo cuenta con diferentes cámaras, la primera es amplia, mientras de a poco se reduce para atravesar otra que es de aproximadamente 3 m de ancho, hasta los 40 cm, donde sólo se continúa reptando, hasta la cámara más impresionante de la caverna, en la que se hallan dos piedras gigantes denominadas "Unión de Dos Continentes.	Todo el año

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
3	Caverna Copa del Mundo	M	Mera. 1°25'04.4" Latitud Sur 78°02'27.9"Longitud Oeste Altitud: 1150 m.s.n.m.	Sitios naturales	Fenómenos espeleológicos	Cavernas	II	Este atractivo cuenta con diferentes cámaras, la primera es amplia, mientras de a poco va haciéndose más angosta, posteriormente se atraviesa otra que es de aproximadamente 3 m de ancho, mientras se estrecha hasta los 40 cm, donde sólo se continúa reptando, hasta llegar a la cámara más impresionante de la caverna, en la que se hallan dos piedras gigantes denominadas “Unión de Dos Continentes.	Todo el año
4	Río Anzu	M	Mera. 1°24'24.0" Latitud Sur 78°02'48.0" Longitud Oeste Altitud: 1150 m.s.n.m.	Sitios naturales	Ríos	Río	I	El río Anzu mide aproximadamente 4 m. de ancho, con leves corrientes de aguas puras y cristalinas, le rodea una extensa diversidad de flora, 29 mil especies por km cuadrado, una gran variedad de orquídeas, de las cuales posee el Ecuador un 23% en el mundo y un 7% de ellas están en Mera, de acuerdo a estudios realizados por la UNESCO en 1986, con la finalidad de declarar al Parque Nacional Llanganates como área protegida, del cual este sector forma parte.	Todo el año

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
5	Tinajas del río Anzu	M	Mera. 1°24'24.0" Latitud Sur 78°02'48.0" Longitud Oeste Altitud: 1150 m.s.n.m.	Sitios naturales	Ríos	Río	II	Las tinajas, están formadas por rocas sedimentarias, las cuales almacenan agua en su interior, se rodea de diversas especies vegetales como musgos, helechos, bromelias, entre otras. Se encuentran en el rio Anzu, donde es un sitio ideal para realizar turismo de aventura como rafting, kayak de río, tubing, senderismo, y observación de flora y fauna.	Todo el año
6	Mirador Puerta al Amazonas	M	Mera. 1°26'54.8" Latitud Sur y 78°08'02.0" Longitud Oeste.	M. culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	II	El mirador se localiza junto a la carretera principal E30, cuenta con una vista panorámica de la selva amazónica donde el río Pastaza es su principal atractivo visual. se puede apreciar también el poblado de Cumandá (antiguo penal de máxima seguridad nacional), se disfruta de la observación de flora y aves propias de la zona. el mirador cuenta con servicio de bar y estacionamiento.	Todo el año De 8h30 a 7 pm.
7	Río Alpayacu	M	Mera. 1°28'04.0" Latitud Sur y 78°06'12.2"L ongitud Oeste Altitud: 1133 m.s.n.m	Sitios naturales	Ríos	Río	I	El río Alpayacu, cuenta con cauces de aguas tranquilas y pequeños rápidos, posee una coloración verdosa y cristalina, está rodeado de una exuberante vegetación tropical, aves, insectos y algunas zonas de playa. Es uno de los lugares preferidos por las familias durante los fines de semana.	Todo el año.

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN		CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
				CATEG.	TIPO	SUBTIPO			
8	Cascada la Escaladora	M	Mera. 1°26'57.9" Latitud Sur 78°10'20.7" Longitud Oeste	S. Naturales	Ríos	Cascada	II	En los grandes cañones formados por el río Pastaza se encuentra ubicada la finca tres cascadas, poseedora en sus tierras de 3 majestuosas cascadas, de las cuales la cascada la escaladora es una de las más hermosas y de fácil acceso, en donde se vive una experiencia única al cruzar su puente colgante de gran tamaño, llegando a un lugar en donde el bosque, la cascada y el río Pastaza convergen en un mágico de adrenalina y experiencias únicas dentro del parque nacional Llanganates.	Todo el año. De 8:30 pm., a 5 pm.
9	Complejo Turístico Río Tigre	M	Mera. 01° 27' 10" latitud sur y 78° 06' 19" de longitud Oeste. Altitud 1120 m.s.n.m.	M. Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obra técnica	II	El Complejo Turístico Río Tigre, es un balneario natural formado por las aguas del río Tigre, el cual cuenta con un mirador de 25 m construido alrededor de un gran árbol, un sendero ecológico de bosque húmedo tropical por el cual se observan los ríos Chico y Alpayacu, así como diversas especies de flora y fauna. Se desarrollan eventos sociales y culturales, tales como los carnavales, se realizan actividades de descanso, baño y fotografía.	Todo el año. De miércoles a domingo de 10 am a 6 pm.

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
10	Parque de La Madre	M	Mera 1°27'31.0" Latitud sur y 78°06'41.0" Longitud oeste.	M. culturales	Arquitectura	Espacio público	II	Este parque adornado con su característico y vistoso monumento es un sitio de descanso y relajamiento para quienes están de paso hacia el complejo turístico río tigre, el orquideario "regalo a la tierra" o el mariposario "Dedalma", un espacio tranquilo ubicado a 4 cuadras el parque central. el cual cuenta con áreas verdes, parcelas para caminar y zonas de descanso.	Todo el año
11	Iglesia San Pablo Apóstol	M	Mera. 1°27'40.2" Latitud sur y 78°06'49.3" Longitud oeste	M. culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural	II	La iglesia es un punto de encuentro para todos los fieles católicos de la parroquia matriz, aquí descansa san pablo apóstol, patrono de mera, al cual se hace honor con el nombre que toma la iglesia, la cual en un inicio era una capilla de chonta y paja para posteriormente construir una nueva, con un modelo de construcción colonial moderno, con puertas y ventanas de apariencia gótica, adornada con vitrales y un gran campanario con un reloj en la parte superior del exterior de la construcción.	Todo el año

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
12	Parque de Mera	M	Mera. 1°27'38.5" de latitud Sur y 78°06'50.5" de longitud Oeste. Altitud: 1133 m.	M. culturales	Arquitectura	Espacio público	II	Es un espacio recreativo familiar, que se localiza en el centro urbano de la cabecera cantonal, cuenta con áreas verdes, parcelas para caminar, canchas deportivas de básquet, indor, juegos infantiles, espacio público abierto y gratuito permanentemente. es recomendable llevar una cámara fotográfica.	Todo el año
13	Sancocho Mereño	M	Mera. 1°27'38.5" de latitud Sur y 78°06'50.5" de longitud Oeste. Altitud: 1133 m.	M. culturales	Acervo cultural	Gastronomía	II	Preparación: colocar en una olla grande 5 litros de agua, una vez que esté en ebullición colocar el pollo en pedazos, añadir sal al gusto y el ajo finamente picado; cocinar por 15 min, entonces agregar el choclo cortado en rodajas y la zanahoria en cuadros pequeños también añadir granos de la sierra como frejol o lenteja, la rama de cebolla blanca trozada, el cilantro, y la rama de apio. Cuando el choclo este suave añada la yuca y 5 minutos después el plátano verde todo en trozos pequeños.	Todo el año

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
14	Estación biológica Pindo Mirador	M	Mera. 1°27'38.5" de latitud Sur y 78°06'50.5" de longitud Oeste. Altitud: 1157 m.	M. culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros científicos y técnicos	II	La estación biológica cuenta con una extensión de 300 hectáreas de bosque nativo, el cual cuenta con diferentes hábitats, climas y nichos ecológicos que forman parte de diversos ecosistemas que acogen una gran variedad de especies de flora y fauna. Las actividades que se pueden realizar son: caminatas, observación de flora y fauna, paseos por el río, charlas y talleres de educación ambiental.	Todo el año. De lunes a viernes. De 8 am., a 5 pm.
15	Fiestas de San Pablo, patrono del cantón Mera.	M	Mera. 1°27'38.5" de latitud Sur y 78°06'50.5" de longitud Oeste. Altitud: 1133 m.	M. culturales	Acervo cultural	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares	II	Las fiestas de San Pablo, patrono del cantón Mera, se las realizan cada año, el 11 de abril, fecha de su parroquialización, las cuales se celebra principalmente con festivales de danzas folklóricas, concursos de la canción nacional, juegos populares, entre otras actividades, en las cuales, está invitada a participar toda la ciudadanía, según las actividades que se programen, las mismas que son organizadas por la Unidad de Turismo del cantón Mera.	11 de abril

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
16	Cascada del Río Kilo	M	Mera. 1°26'42.4" Latitud Sur 78°08'30.7" Longitud Oeste.	S. Naturales	Ríos	Cascada	I	Es una cascada con tres caídas y se encuentra rodeada de vegetación nativa de la zona tales como, helechos bromelias, guarumos, orquídeas, entre otras. El agua posee apariencia cristalina, la cual permite observar pequeños peces que a la vez son atrapados por aves conocidas como el martín pescador. El ancho de río a lo largo del trayecto no sobrepasa los 4 metros, el lecho es bastante pedregoso y la vegetación es abundante.	Todo el año
17	La casa del árbol	S	Shell. 1°30'37.5" Latitud Sur y 78°02'49.4" Longitud Oeste Altitud: 1250 m.s.n.m.	M. Culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	III	La Casa del Árbol en Shell es la más grande del Ecuador, cuya obra arquitectónica recreativa esconde un ambiente de misterio por sus cuevas con diseños en esculturas zoomorfas y antropomorfas, que invitan a explorar a través de sus senderos en la compañía de unos terapéuticos murciélagos, para después disfrutar de un emocionante columpio que cuelga desde una gran infraestructura armada de 11 pisos, construidos sobre la base de un gigantesco árbol matapalo con más de 200 años de antigüedad.	Todo el año De 8 pm., a 5 pm

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
18	Iglesia San José de Shell	S	Shell. 1°30'12.6" Latitud Sur y 78°03'41.8" Longitud Oeste.	M. Culturales	Arquitectura	Histórica / vernácula	II	La iglesia San José de Shell cuenta con un diseño colonial moderno, con amplias ventanas de vidrio armonizado entre cálidos y fríos colores, los cuales invitan a los feligreses a la reflexión y la paz. su infraestructura es de ladrillo y concreto y una cubierta de duratecho. cuenta también con un clásico campanario adornado con una cúpula y una cruz en su parte superior. sus exteriores poseen pequeñas zonas verdes. en las noches, su iluminación se combina con el paisaje urbano de Shell.	Todo el año De 9 am a 5 pm.
19	Parque de Shell	S	Shell. 1°30'00.6" Latitud Sur y 78°03'41.7" Longitud Oeste. Altitud : 1054 m.s.n.m	M. Culturales	Arquitectura	Espacio público	II	El parque 10 de Noviembre, se destaca por la presencia de un conjunto de letras de gran tamaño decoradas con los paisajes característicos de sus entornos, mientras que al centro del mismo, se localiza el monumento de una avioneta en representación a la llegada de la compañía petrolera Shell y la construcción de la primera pista de aviación en el país, cuenta además con juegos infantiles y vistosas áreas	Todo el año

								verdes provistas con parcelas para caminar y descansar.	
N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORAL I DAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
20	Parque Sacha Runa	S	Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur y 78°03'43.9" Longitud Oeste. Altitud: 1049 m.s.n.m	M. Culturale s	Arquitectura	Espacio público	II	El parque representa a la comunidad Sacha Runa (misma que, está conformada por cuatro de las siete nacionalidades indígenas amazónicas del Ecuador) de la cual el parque forma parte de ésta, en el centro se encuentra un monumento de una pareja de la cultura Quichua, rodeada de animales como: la boa, el tucán, anfibios y el pescado. El hombre tiene en su mano una lanza, cuyo instrumento es necesario para la caza de estos y otros animales.	Todo el año
21	Complejo Turístico Río Pindo	S	Shell. 1°29'36.9" Latitud Sur 78°03'40.1" Altitud: 1067 m.s.n.m.	M. Culturale s	Arquitectura	Infraestructura recreativa	II	Es una obra arquitectónica que se combina con las frescas aguas del Río Pindo, utilizado como balneario por los turistas para su recreación y sano esparcimiento, ya sea, tomando un baño en el río, sintiendo la adrenalina al deslizarse por un gran tobogán, divertirse jugando en sus canchas deportivas o explorando por sus espacios verdes, a través de un sendero.	De miércoles a domingo

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORAL I DAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
22	Río Pindo	S	Shell. 1°29'38.6" Latitud Sur 78°03'39.6" Oeste. Altitud: 1067 m.s.n.m.	S. Naturales	Ríos	Río	II	<p>El río Pindo se desliza serpenteante en su declive de bajada para unirse más adelante con otros ríos como el Amarillo. El río Pindo tiene una singular belleza por su paisaje natural y tropical. Presenta un curso de aguas quietas y profundas. En la ribera puede ser apreciada una pequeña playa de arena suave y agua cálida que tiene 18 grados centígrados de temperatura aproximadamente, la cual es aprovechada como balneario.</p>	Todo el año.
23	Malecón del Río Motolo	S	Shell.	M. Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	I	<p>El malecón del río Motolo se encuentra a 5 minutos del parque central de Shell, cuenta con un espacio de juegos infantiles, bancas y pasamanos para apreciar el paisaje, conformado principalmente por el río Motolo y vistosa flora y fauna rodeando este lugar.</p>	Todo el año

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
24	Río Motolo	S	Shell. 1°30'18.0" Latitud Sur 78°03'27.1" Longitud Oeste	S. Naturales	Ríos	Río	I	El río Motolo, atraviesa por la ciudad de Shell, el cual, actualmente se encuentra intensamente contaminado por las actividades humanas. Por uno de los sectores mayormente poblados, se sitúa el malecón del río Motolo.	Todo el año
25	Malecón de Blanca nieves y los siete enanitos	S	Shell. 1°29'59.6" Latitud Sur 78°04'04.6" Oeste	M. Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	I	Es un espacio de uso público destinado para la diversión y recreación de los más pequeños, cuyo centro, cuenta con un monumento de los personajes del conocido cuento infantil sobre Blancanieves y los siete enanitos, desde donde se hace un corto desplazamiento para obtener una mirada más panorámica del río Motolo y sus alrededores entre flora, fauna y expansión urbana.	Todo el año.
26	Cine El Dorado	S	Shell. 1°30'10.6" Latitud Sur 78°03'50.3" Longitud Oeste. Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras de ingeniería	II	El cine El Dorado, es una edificación amplia, en la cual se da lugar a la diversión y sano esparcimiento cultural, mediante la proyección de vídeos o películas nacionales e internacionales, cabe recalcar que este local no siempre está en uso, ya que es utilizado con la finalidad de recaudar fondos por diferentes motivos sociales para ayudar a los pobladores de la parroquia.	Eventual

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORA- LIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
27	Monumento del avión	S	Shell. 1°30'00.1" Latitud Sur 78°03'42.0" Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Arquitectura	Monumentos	II	El monumento del avión, está ubicado en el centro del parque 10 de Noviembre, cuya representación conmemora la primera aeronave utilizada en la región amazónica para brindar apoyo en el área de salud y desarrollo comunitario en los años 50's, por lo cual se construyó la primer pista de aviación en el Ecuador, siendo además, parte del paisaje característico que se desplaza por el cielo que cubre esta ciudad.	Todo el año.
28	Coliseo Municipal de Shell Luis Tamayo	S	Shell. 1°29'55.8" Latitud Sur 78°03'39.6" Longitud Oeste. Altitud: 980	M. Culturales	Arquitectura	Espacio público	II	El coliseo municipal de Shell Luis Tamayo, es una amplia construcción de concreto en forma rectangular, con una extensión aproximada de 2400 m2. En el cual, se realizan actividades recreativas, deportivas y lúdicas.	Todo el año
29	Parque Infantil 4 de octubre	S	Shell. 1°29'36.6" Latitud S 78°04'14.6" Longitud Oeste. Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Arquitectura	Espacio público	II	El parque infantil 4 de octubre, es un pequeño parque, adornado por una escultura de una mocaua, el cual es un objeto artesanal muy representativo para las comunidades indígenas de la Amazonía. El parque cuenta con diferentes estructuras que permiten la recreación, diversión y algarabía de los niños de la comunidad, ya sea en resbaladeras, columpios y sube y baja.	Todo el año

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
30	Mini parque San Luis	S	Shell. 1°29'48.5" Latitud Sur 78°03'57.8" Longitud Oeste. Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Arquitectura	Espacio público	II	El parque San Luis, se compone de una pequeña área destinada para el disfrute infantil, en el cual, se ha erigido una estatua animada de un dinosaurio de aproximadamente dos metros de alto y de color morado, el parque está provisto de una pequeña casa de madera, desde la cual se ingresa para salir por dos resbaladeras, en dirección a un piso cubierto por césped sintético.	Todo el año
31	Abuela Guayusa Sacha Runa	S	Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur 78°03'43.9" Longitud Oeste. Altitud: 1049 m.s.n.m	M. culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	El cuento de la “Abuela Guayusa” forma parte del diario vivir de la comunidad Sacha Runa, se describe a la guayusa como una planta sagrada para las ceremonias de cada mañana en las familias y se la aprecia como un ser que ayuda a soñar. De acuerdo a la tradición, la historia es contada durante todo el año, por todos los integrantes adultos de la familia y la comunidad Sacha Runa.	Todo el año.
32	Denominación "cuchimondongo" a los Shelmicos-Shell	S	Shell. 1°29'59.1" Latitud Sur 78°03'40.0" Longitud Oeste. Altitud: 980 m.s.n.m	M. culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	Este sector ha sido recordado como: “cuchimondongo”, expresión en quichua que traducido al español significa “cabeza de chancho” denominado así por la presencia de puercos sajinos cazados antiguamente por los indígenas amazónicos ubicados en lo que hoy es la parroquia de Shell.	Todo el año.

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO				DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO	JRQ			
33	Idioma Quichua	S	Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur 78°03'43.9" Longitud Oeste. Altitud: 980 m.s.n.m	M. culturales	Acervo cultural y popular	Pueblo y/o nacionalidad (etnografía)	II	En el pensamiento indígena, el idioma es el corazón viviente de la cultura. El idioma de las nacionalidades presentes en la comunidad Sacha Runa, son lenguas que han sido heredadas por sus ancestros. Por ejemplo, en el idioma Kichwa tenemos pronunciaciones como estas: Sacha = selva; Kawsay =vida	Todo el año
34	Baile de la Alegría	S	Shell. 1°27'37.7" Latitud Sur 78°06'48.7" Longitud Oeste. Altitud: 1049 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Música y danza	II	Se presenta en las fiestas del barrio Sacha Runa por las mujeres de la comunidad, moviendo la cabeza de un lado para otro, mientras bailan con los pies en puntillas al son de la canción “Puna Bailana” entonada por un tambor envuelto de piel de un animal de la selva, por su compañero, que utiliza un sombrero de plumas de colores, en representación de poder y en el pecho usa cintas hechas con las vértebras de una serpiente.	Preferible en el mes de junio
35	El juego de la bodoquera o cerbatana	S	Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur 78°03'43.9" Longitud Oeste Altitud: 1049 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	El juego de la bodoquera o cerbatana, consiste en soplar una flecha a manera de dardo, elaborada de madera chonta, la cual es expulsada por un madero tubular hueco, que apunte lo más cercano al centro de un blanco, que en este caso se utiliza una fruta que es puesta a una distancia lejana de la ubicación del participante.	Preferible en el mes de junio

N°	NOMBRE	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO				DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO	JRQ		
36	Desfile folklórico	S Shell. 1°30'00.6" Latitud Sur 78°03'41.7" Longitud Oeste. Altitud: 1049 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Música y danza	II	En los meses de junio, agosto y noviembre las calles céntricas de la parroquia Shell, se convierten en un vistoso escenario de encuentro multicultural, entre la música, los colores y la algarabía de sus habitantes, quienes participan con diversos atuendos mientras destacan las particularidades de sus culturas al ritmo de cada movimiento.	Junio, agosto y noviembre.
37	Fiesta de aniversario de la creación del barrio 4 de Octubre	S Shell. 1°29'36.6" Latitud Sur. 78°04'14.6" Longitud Oeste. Altitud: 1050 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	Dicha festividad tiene lugar el 4 de octubre, la cual inicia a las 3:00 am, con presentaciones culturales, gastronómicas por parte de las candidatas a reina del barrio, posteriormente se narran cuentos, mitos locales, se realizan ritos de shamanismo, se prepara el uchumanga kamarina (desayuno), y se dan encuentros deportivos. La fiesta finaliza en la noche con la elección y coronación de la reina, concursos de juegos ancestrales y se clausura la celebración con las llamadas verbenas populares o fiestas populares en la noche.	04 de octubre

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO			CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO				DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
				CATEG.	TIPO	SUBTIPO	JRQ		
38	Fiesta de parroquialización de Shell	S	Shell. 1°30'00.6" Latitud Sur 78°03'41.7" Longitud Oeste. Altitud: 1054 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	Esta festividad inicia la última semana del mes de noviembre, con un gran desfile folclórico cultural, la bendición de las festividades por parte del párroco de la iglesia y la presentación de candidatas a reina de la parroquia. Al siguiente día, se realizan encuentros deportivos, festivales de gallos, de danza, de la canción nacional, se prepara la fiesta de la luz, se programa el campeonato de cuarenta, el desfile cívico y se clausura con las verbenas populares.	Última semana de noviembre.
39	Fiesta de aniversario de la creación del barrio Sacha Runa	S	Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur 78°03'43.9" Longitud Oeste. Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	La fiesta inicia a las tres de la madrugada con la presentación de las candidatas a ñusta Warmi, quienes realizan una breve exposición sobre su cultura y gastronomía típica, la cual sirven a los jueces, posteriormente se narra la importancia de la guayusupina, y se bebe la guayusa hasta el amanecer, mientras las mujeres ancianas purifican con ortigas a quienes deseen participar de la actividad, para luego tomar un chapuzón en el río y prepararse para el uchumanga kamarina (desayuno), encuentros deportivos, juegos ancestrales y por último de las verbenas populares.	29 de junio

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO				DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO	JRQ			
40	Chicha masticada de yuca	S	Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur 78°03'43.9" Longitud Oeste Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	II	La chicha es una bebida elaborada a través de un arduo trabajo por las mujeres de las comunidades indígenas de la Amazonía, especialmente porque se elabora con un único tubérculo que es la yuca, la misma que es masticada y escupida en una batea, después el compuesto es guardado por algunos días, para después ser servida y consumida diariamente por todas las personas de la comunidad, ya que simboliza energía, revitalización y para refrescarse.	Junio (fiestas del barrio Sacha Runa).
41	Guayusa	S	Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur 78°03'43.9" Longitud Oeste Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	II	Esta bebida es preparada en infusión con las hojas del árbol de guayusa, una especie nativa de la región amazónica. La cual forma parte principal de la Guayusupina, actividad que se desarrolla desde la antigüedad, a la madrugada con todos los miembros de la comunidad para programar eventos, resolver problemas, u organizar sus actividades, mientras beben de este té. Práctica que aún se mantiene en algunas culturas indígenas de la Amazonía.	Junio (recomendable para participar durante las fiestas de la comunidad Sacha Runa)

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO			
42	Uchumanka	S Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur 78°03'43.9" Longitud Oeste Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	II	Uchumaka es un plato típico de la localidad, sus ingredientes son de origen amazónico como la carne de monte, ají y sal principalmente, su elaboración viene desde las generaciones más antiguas de los kichwas amazónicos, el cual generalmente se prepara en una olla de barro. Este plato se puede servir con yuca, plátano, o papa china cocidos o asados, es colocada en el centro de todas las personas presentes, sobre hojas verdes de plátano, para que degusten de su sabor.	Junio (recomendable para participar durante las fiestas de la comunidad Sacha Runa)
43	Maito	S Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur 78°03'43.9" Longitud Oeste Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	II	El maito es un plato, preparado de forma tradicional en la Amazonía. Para lo cual, se usa hojas de bijao, plátano, palmeras o shiguango, se coloca el pescado, se envuelve y se amarra con una fibra natural o culaquier bejuco y se coce a las brasas de carbón. Esta técnica permite que el líquido del pescado, se evapore y quede atrapado en las hojas, generando un incremento de calor y por ende la cocción del mismo, permitiendo el intercambio de aromas y sabores entre las hojas y el pescado.	Junio (temporadas de fiestas).

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
44	Mosuango	S	Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur 78°03'43.9" Longitud Oeste Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Medicina ancestral	II	El Mosuango es un preparado tradicional de las comunidades indígenas de la Amazonía ecuatoriana, los ingredientes son múltiples como: uña de gato, chuchuguazo (corteza de un árbol), sangre de drago, ortiga, verbena, entre otras. Bebida que se prepara con puro (alcohol), la cual se bebe por 9 días, en por las mañanas en ayunas, para purificar el cuerpo. Además ayuda a aliviar el malestar estomacal.	Junio (temporadas de fiestas).
45	Accesorios, bodoquera, pilche	S	Shell. 1°29'21.8" Latitud Sur 78°03'43.9" Longitud Oeste Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes.	II	Para la <i>elaboración de accesorios</i> , se utiliza semillas (achira, zapote, guaba) de la selva para la confección de artesanías kichwas como collares, brazaletes, aretes, anillos, manillas. <i>La bodoquera</i> es un instrumento que se utiliza como arma para cazar especies de fauna dentro de la selva amazónica, elaborada de madera de chonta y brea, la cual está provista de un orificio para soplar. <i>El pilche</i> es un objeto elaborado a base de mate (fruto de un árbol), el cual se parte por la mitad, se perfora y se cocina. Finalmente, se raspa y alisa la parte interior, se seca y, luego de una semana, está listo para ser utilizado.	Junio y noviembre (temporadas de fiestas).

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
46	Acuario Sarahí	S	Shell. 1°32'47.3" Latitud Sur y 78°01'47.5" Longitud Oeste. Altitud: 980 m.s.n.m	M. Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros de exhibición de flora y fauna.	II	Acuario Sarahí, es un fascinante proyecto de agroturismo con más de 40 especies nativas, permite la posibilidad de observarlas a través de distintos acuarios dispuestos a lo largo de un pasillo que conduce al exterior con varias piscinas con peces de gran tamaño. Esto, lo convierte en un interesante destino para visitar, mismo que, está ubicado a 2 kilómetros de la ciudad de Shell, provincia de Pastaza y a 5 horas del oriente de Quito.	Todo el año De 8 pm., a 5 pm
47	Mirador Puerto Santa Ana	MT	Madre Tierra. 1°32'47.3" Latitud Sur y 78°01'47.5" Longitud Oeste. Altitud: 946 m.s.n.m	M. Culturales	Arquitectura	Obras de Ingeniería	II	Se localiza justo al frente del majestuoso río Pastaza, por el cual se conecta con la provincia de Morona Santiago, a través de la utilización de una emocionante tarabita que cuelga de un cable de acero de más de 350 m de longitud y 15 m. De altura, se observa también la flora y fauna característica de esta zona y las actividades cotidianas de los miembros de distintas culturas interactuando mutuamente, así como la fresca brisa del río que se encuentra con el sol para esconderse en el horizonte.	Todos los días

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
48	Parque Central y monumento al Guayabero	MT	Madre Tierra. 1°32'30.5" Latitud Sur y 78°02'05.6" Longitud Oeste. Altitud: 946 m.s.n.m	M. Culturales	Arquitectura	Espacio público	II	El parque es el principal punto de encuentro para eventos culturales u otros en general, cuenta con parcelas de cortas dimensiones para tomar una caminata en medio de la vegetación ornamental característica de la Amazonía, que además permite admirar en el centro del parque un monumento al guayabero, el cual representa la historia de producción agrícola y cultural de la parroquia Madre Tierra.	Todos los días
49	Tradiciones orales de la Parroquia Madre Tierra: lanzamiento de la lanza, pesca con lanza, la toma de chicha, juego de la bodoquera,	MT	Madre Tierra. 1°32'30.5" Latitud Sur y 78°02'05.6" Longitud Oeste. Altitud: 946 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	<i>Lanzamiento de la lanza</i> , es un juego que mide la habilidad de los participantes para lanzar una lanza hecha generalmente de pambil. <i>Pesca con lanza</i> , la lanza es elaborada de madera de chonta, que posee un extremo agudo y cortante en la punta. Quien logra atrapar un pez atravesándole la lanza, es el ganador, el juego se realiza en el río. <i>La bodoquera</i> consiste en disparar dardo por un madero hueco hacia un señuelo que generalmente es una fruta, quién logre apuntar es el ganador. <i>Toma de la chicha</i> , quien se termine primero el pilche lleno de chicha es el ganador.	Marzo 17, 18 y 19

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORA- LIDAD DE ACCESO	
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO				
50	Danzas tradicionales de la Parroquia Madre Tierra.	MT	Madre Tierra. 1°32'30.5" Latitud Sur y 78°02'05.6" Longitud Oeste. Altitud: 946 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural	Música y danza	II	Los poseedores del saber son diferentes miembros de las comunidades Kichwas de la parroquia. las danzas son una expresión prioritaria e infaltable en la celebración de las fiestas, al igual que la música entonada a través, del tambor y ocasionalmente de la flauta de hueso. no debe confundirse con el baile general, que también los realizan durante matrimonios y otros eventos.	Marzo 17, 18 y 19
51	Fiestas de aniversario de la comunidad Santa Ana	MT	Puerto Santa Ana. 1°39'37.9" Latitud Sur 77°57'56.1" Longitud Oeste. Altitud: 946 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares	II	Las fiestas de aniversario de fundación de la comunidad Santa Ana se realizan cada mes de julio, empiezan el primer día desde muy temprano aproximadamente a las 3 de la mañana, tomando la chicha tradicional y luego la minga para decorar la comunidad, las actividades principales de la fiesta son actividades lúdicas como la bodoquera, lanzamiento de lanza, toma de chicha, otras como elección de la ñusta warmi y actividades deportivas.	Julio
52	Fiestas de aniversario de la comunidad Encañada	MT	La Encañada. 1°37'19.3" Latitud Sur 77°57'42.5" Longitud Oeste.	M. Culturales	Acervo cultural	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares	II	La fiesta de aniversario de fundación de la comunidad Encañada se celebra los días 25 y 26 de agosto, se realizan actividades como desfiles folclóricos, danzas, los tradicionales albazos, se prueba la exquisita gastronomía local, como la guayusupina, de gran importancia para los habitantes por	Agosto

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORALIDAD DE ACCESO
			CATEG.	TIPO	SUBTIPO			
53	Fiestas de aniversario de la Parroquia Madre Tierra.	MT Altitud: 946 m.s.n.m Madre Tierra. 1°32'32.9" Latitud Sur 78°02'04.8" Longitud Oeste.	M. Culturales	Acervo cultural	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares	II	poseer propiedades energizantes y depuradoras. El 9 de abril se celebra la parroquialización de Madre Tierra, las principales actividades que se realizan son danzas, desfiles folclóricos y cívicos, elección de la ñusta warmi, ferias gastronómicas, de producción y artesanales. El GAD parroquial gestiona conjuntamente con los moradores de la parroquia el programa de fiestas, las cuales tienen una duración de tres días en el mes de abril.	Abril.
54	Centro Artesanal Agua Viva	MT Altitud: 946 m.s.n.m Madre Tierra. 1°32'32.9" Latitud Sur 78°02'04.8" Longitud Oeste.	M. Culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural	II	Está conformada por 12 familias quichuas que conservan sus saberes ancestrales para elaborar piezas de cerámica con agua y tiras de arcilla, formando figuras geométricas, formas de animales, plantas o representaciones del sol y la luna, además se puede apreciar bisutería elaborada con semillas de la selva; y tallado en madera de chonta, es otra obra escultural expuesta en este centro, cuya realización es llevada a cabo por los varones de la asociación.	Todo el año.
55	Feria de la comunidad Santa Ana	MT Altitud: 946 m.s.n.m Puerto Santa Ana. 1°39'37.9" Latitud Sur 77°57'56.1"	M. Culturales	Acervo cultural	Ferias y mercados	II	Esta feria se la realiza los fines de semana cada 15 días, en la cual se ofertan productos típicos de la zona tales como: maito de bocachico, carachama, bagre, entre otros, los cuales son preparados por las mujeres de la comunidad, que además	Cada dos fines de semanas.

			Longitud Oeste. Altitud: 946 m.s.n.m					la feria se complementa con la venta de artesanías.	
Nº	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN	CATEG.	TIPO	SUBTIPO	JRQ	DESCRIPCIÓN	TEMPORA- LIDAD DE ACCESO	
56	Mirador Samay Urku	MT Paz Yacu. 1°34'13.6" Latitud Sur 78°01'41.6" Longitud Oeste. Altitud: 1068 m.s.n.m	M. Culturales	Arquitectura	Infraestructura II recreativa	II	El Mirador Sama Urku (loma de descanso) presenta una increíble mirada de los volcanes Altar, Tungurahua y Sangay, cuando el cielo se encuentra despejado, complementándose con actividades recreativas en un columpio extremo para descargar la adrenalina, caminatas por senderos ecológicos, observación de flora y fauna y fotografía. Además, cuenta con servicio de alojamiento en cabañas construidas en armonía con el entorno local.	Todo el año.	
57	Tradiciones orales de la parroquia Madre Tierra	MT Madre Tierra. 1°32'32.9" Latitud Sur 78°02'04.8" Longitud Oeste. Altitud: 946 m.s.n.m	M. Culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares	II	<p><i>La leyenda del espíritu de la montaña:</i> La cosmovisión Kichwa considera que en la antigüedad todo ser vivo o inerte poseía un espíritu con un cuerpo de ser humano, por ello, al llegar a una montaña debía pedir permiso para tomar lo que en ella había, de lo contrario un espíritu le atormentaría todas las noches mientras duerme, hasta que devuelva lo que se haya llevado.</p> <p><i>Historia de la parroquia Madre Tierra,</i> se inició con pequeños asentamientos de migrantes de la sierra, quienes hallaron esta zona muy fértil para la producción, por lo cual la denominaron Madre Tierra.</p>	Todo el año.	

Al estar ubicados junto al río Pastaza, éste al inundarse obliga su evacuación hacia el sector en el que se encuentran actualmente.

Leyenda de Amaru: En cierta comunidad Quichua, había un joven, del cual una boa (amaru) se enamoró, esta decide transformarse en el cuerpo de una mujer para enamorarlo, con el tiempo se casan tienen un bebé, los cuales en el día son serpientes y en la noche seres humanos. Al ser visitada amaru por su suegra, observa en la casa de su hijo a dos serpientes, a las cuales decide quemar, tan pronto como llega su hijo del trabajo le cuenta que a quienes había quemado ha sido a su esposa e hijo, desde entonces el joven entristeció hasta el día de su muerte.

Leyenda del Iluku: en años pasados la luna tenía un cuerpo de un hombre y un ave llamado Iluku el de una mujer, ambos eran marido y mujer, los cuales pasaban durante largas temporadas en la tierra, luego el día donde la luna debía volver a su sitio original y le dice a su mujer que se prepare, luna, al ver q no llegaba y subió al cielo sin esperar a su mujer. Y desde ese día el Iluku llora todas las lunas llenas.

b. Infraestructura básica

La infraestructura básica del Cantón Mera, conformada por los siguientes servicios: agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, y saneamiento, se encuentran parcialmente cubiertos, en donde el sector urbano cuenta con mayor cobertura de los mismos. Sin embargo, según sus habitantes, la calidad de estos servicios presenta deficiencias ya sea en el agua como en el sistema de alcantarillado.

Por ello, el GAD municipal del cantón cuenta con un plan maestro de agua potable y alcantarillado que logre ampliar y mejorar estos servicios, el cual se prevé su ejecución para este año. Siendo las comunidades de la parroquia rural Madre Tierra, el sector que menos goza de estos servicios, pues para el consumo de agua, por ejemplo, lo realizan a través de aguas lluvias, así como el sistema de manejo de aguas servidas, es a través de un pozo séptico, por lo cual también es el sector que presenta más problemas de salud sin contar con la infraestructura, equipamiento y personal de salud suficiente para brindar la atención que lo requiera.

En cuanto a la red vía del cantón Mera, gran parte de ésta, presenta carreteras asfaltadas en buen estado, sin embargo, dos de ellas que conectan con dos de sus atractivos turísticos más relevantes (Cavernas del río Anzu y Casa del árbol de Shell), son de lastre y no están en buen estado.

1) Agencias de viajes

En cuanto a las empresas dedicadas a la operación e intermediación turística, se encuentra registrada, tan sólo una en la parroquia Shell, la cual, realiza actividades dedicadas principalmente a vender servicios de viajes organizados, de transporte y de alojamiento, al por mayor o al por menor, al público en general y a clientes comerciales. En la siguiente tabla se detalla la información de la misma.

Tabla 6VII-39: Listado de Agencias de viajes que operan en el cantón Mera.

NOMBRE ACTIVIDAD: AGENCIAS DE VIAJES				TIPO DE ACTIVIDAD: AGENCIAS DE VIAJES				
N°	RAZÓN SOCIAL	PARROQUIA	DIRECCIÓN	PÁG. WEB	CATEG.	PRODUCTOS COMERCIALIZADOS	PERS	TELÉFONO
1	OPERADORA RIVER DOLPHIN RIVDOL	Shell	Av. La Unidad y Demetria Avilés	panacocha2005@yahoo.com.mx	Operador turístico	Turismo vivencial	2	032795385

Nota: GAD Municipal de Mera, 2018.

2) Alojamiento turístico

El 63% de los establecimientos que brindan servicio de alojamiento se encuentran concentrados en la parroquia Shell, mientras que, el 37% restante se encuentra distribuido en la parroquia Mera, cabecera cantonal. Según la tipología de los establecimientos turísticos, se encuentran 3 hostales, 4 hosterías y 1 hotel, de los cuales, 3 establecimientos corresponden a III categoría, 1 establecimiento de III categoría, 3 establecimientos de I categoría y 1 establecimiento de IV categoría. La información de cada uno de los establecimientos prestadores de servicios de alojamiento, se encuentra detallada en el siguiente cuadro:

Tabla VII-40: Listado de los establecimientos prestadores de servicios de alojamiento en el cantón Mera.

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD:			TIPO DE ACTIVIDAD: NOMENCLATURA								
ALOJAMIENTO			Hotel: H	Hacienda Turística: HA			Refugio: RF				
			Hotel: HS	Lodge: L			Campamento turístico: CT				
			Hostería: HT	Resort: RS			Casa de Huéspedes: CH				
RAZÓN SOCIAL	PARROQUIA	DIRECCIÓN	TIPO	CAT	CA	HAB	PLZ.C	PLZ.	EMP	PRECI	TELÉFONO
	A				M			M	L	O	O
1 HOSTERIA TIKA CHIRAW	Mera	Vía Puyo – Baños, entrada a río Chico, junto al control policial	HS	III	50	15	37	32	4		032790388
2 INTERCONTINENTAL JAC	Shell	Av. Padre Luis Jácome y Av. 10 de noviembre	HS	III	23	17	23	0	2		032795741
3 HOSTERÍA RAYJU	Mera	Luís A. Martínez 969 y Juan Montalvo	HS	III	29	8	29	40	2		032790364
4 HOSTERIA SHELL	Shell	Calles Luis Carrión 706 y Pastaza	HT	I	16	7	16	8	2	Pax \$15 inc. desayuno	032795365

5	HOSTERÍA CABAÑAS GERMANY ESMERALDITA.	Shell	Av. Unidad Nacional 1.08 y Av. Luis Jácome.	HT	I	24	9	24	48	3	032795134
7		Shell	Av. Padre Luis Jácome y Av. 10 de Noviembre	H	IV	41	26	41	36	3	032795133
8	ESTANCIA GUADALUPE	Mera	Sector Pindo Mirador a 800 mtr de estación biológica UTE	HT	III	58	10	56	36	5	032790085
	HOSTERIA TIKA CHIRAW	Mera	Vía Puyo – Baños, entrada a río Chico, junto al control policial	HS	III	50	15	37	32	4	032790388
TOTAL						291	101	250	248	26	

Nota: GAD Municipal de Mera 2018.

3) Alimentos y bebidas

En relación a los establecimientos prestadores de servicios de alimentos y bebidas se encuentran registrados 15 establecimientos, de los cuales el 87% se encuentran en el sector urbano de la parroquia Shell. Siendo un total de 41 personas que se emplean directamente en esta actividad. En cuanto a la categoría de los establecimientos, existen 12 establecimientos de III categoría y 3 de IV categoría. A continuación, se detalla en la siguiente tabla la información de cada uno de los establecimientos:

Tabla VII-41: Listado de establecimientos prestadores de servicios de restauración en el cantón Mera.

NOMBRE ACTIVIDAD: ALIMENTOS & BEBIDAS				TIPO DE ACTIVIDAD: NOMENCLATURA					
				Bares: B Cafeterías: CF					
				Fuentes de soda: FS Restaurantes: R					
N °	RAZÓN SOCIAL	Parroquia	DIRECCIÓN	TIPO	CATEG.	MESAS	PLAZA	EMPL	TELÉFONO
1	RUSTICA TABLITAS Y CANCIONES	Shell	Barrio: Sector Motolo calle: Vía Baños	B	III	10	40	3	0980143388
2	PARADERO GALARZA & HIJOS	Shell	Vía Shell - Mera vía principal Sector Moravia	R	IV	6	24	4	0987050570
3	TABLITAS GUAYUSA LAS	Shell	Av. 10 de Noviembre y Agustín Rúaless	FS	III	07	28	2	032795612
4	PIZZERIA ITALY	Shell	Av. 10 de Noviembre Y Asunción Cueva	R	IV	7	28	3	032795007
5	JULIETA Y ROMEO	Shell	Asunción cueva y Zulay	B	III	06	24	3	032795046
6	PARADERO LA MORAVIA	Shell	Vía Puyo-Baños, sector la Moravia	R	III	8	32	3	032795652
7	LA MORAVIA	Mera	Vía Puyo Baños- sector La Moravia	B	III	10	40	2	0984145460
8	DOMENIC	Shell	Av. Padre Luis Jácome y Av. Unidad Nacional	B	III	10	40	2	032795565

9	EL PORTON	Shell	Av. Padre Luis Jácome y Vilen Kubes	R	III	12	48	4	032795992
10	THE NOGGYS	Shell	Av. 10 de Noviembre y Dolores Tanquino	B	III	09	32	2	
11	RANCHO TORO PARRILLERO	Mera	Barrio La Moravia Vía Baños	R	III	10	40	3	0984120898
12	CHIFA CHINA	Shell	Av. Padre Luis Jácome y Av. de la Unidad	R	III	15	60	3	0983331818
13	T.G.I.WEEKEND'S BY DON WILO'S	Shell	Av. 10 de Noviembre y Asunción Cueva	R	III	8	32	3	032795660
14	LA FONDA DEL SABOR	Shell	Av. 10 de Noviembre y Av. Padre Luis Jácome	R	IV	6	24	2	032706036
15	LAS HAMBURGUESAS DE LA PLAZA ROJA	Shell	AV. 10 de Noviembre y Dolores TANQUINO	FS	III	6	24	2	-
TOTAL						102	408	41	

Nota: Ministerio de Turismo del Ecuador y GAD Municipal de Mera, 2018.

4) Recreación, diversión y esparcimiento

Existe un establecimiento registrado en el ámbito recreacional, el cual está ubicado en la parroquia Mera (cabecera cantonal), el cual ha sido calificado en III categoría. Siendo beneficiadas directamente de esta actividad 2 personas. La información en detallada del mismo se encuentra en la siguiente tabla:

Tabla VII-42: Establecimiento prestador de servicios de recreación, diversión y esparcimiento la parroquia Mera.

NOMBRE ACTIVIDAD: RECREACIÓN, DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO										
N °	RAZÓN SOCIAL	PARROQUIA	DIRECCIÓN	TIPO	CATEGORÍA	MESAS	PLAZAS	EMPLEADO	CAPACIDAD	TÉLEFONO
1	BRISAS DEL PASTAZA	Mera	Vía Shell-Madre Tierra	Parque de atracción estables	III	15	60	2	60	032795377
TOTAL						15	60	2	60	

Nota: GAD Municipal de Mera, 2018.

d. Superestructura turística

En el cantón Mera, las instituciones y organizaciones públicas y privadas trabajan en los diferentes ejes del turismo sostenible. El análisis de la superestructura está dado en dos ámbitos: institucionalidad, es decir, organizaciones públicas, privadas y/o comunitarias que trabajan en temas turísticos en la zona y; el marco legal que elige el turismo en el área de estudio.

En el ámbito **turístico**:

- **Gobernación de Pastaza:** Institución pública que tiene relación indirecta con la actividad turística por dirigir y direccionar políticas públicas sobre seguridad ciudadana.
- **Gobierno Provincial de Pastaza:** Ente público, responsable de regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.
- **Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mera:** Entidad pública, encargada de promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, a través del impulso de proyectos de beneficio colectivo para sus pobladores, tales como: Proyecto de Ordenanza de gestión de calidad ambiental; Proyecto para el desarrollo de capacidades en la prevención y mitigación de la contaminación frente al cambio climático; Proyecto de fortalecimiento a la gestión integral de desechos sólidos; Proyecto de desarrollo de prácticas sostenibles armónicas con el uso y ocupación del suelo en las zonas de protección ecológica, conservación ambiental y amortiguamiento; Proyecto para la actualización de inventario de atractivos y servicios turísticos del cantón; Proyecto de promoción y difusión de los atractivos turísticos cantonales; Proyecto de fomento al desarrollo de micro emprendimientos productivos sostenibles.
- **Ministerio de Turismo:** El gobierno Municipal de Mera, ha impulsado estrategias de articulación con el Ministerio de Turismo para el desarrollo de proyectos que fomenten la actividad turística, los cuales son: Actualización de inventario de atractivos y servicios turísticos del cantón; Creación de centros de información turística cantonal; Promoción y difusión de los atractivo turísticos cantonales; Desarrollo del agroturismo, turismo de naturaleza y turismo de investigación científica, en el cantón; Proyecto para la dotación de infraestructura turística en los atractivos naturales; Ruta turística cavernas del cantón; Construcción del parque temático para el desarrollo turístico para la parroquia Shell y; Creación del circuito turístico de Madre Tierra – La Isla.
- **Cuerpo de bomberos:** Entidad encargada de exigir planes de contingencia a los establecimientos prestadores de servicios turísticos. Así como también de realizar inspecciones a los establecimientos públicos y privados garantizando que se cumplan con las normas básicas de seguridad.

- **Ministerio de Industrias y Productividad:** El Gobierno Municipal de Mera tiene como estrategia, establecer nexos con el MIPRO y GAD Provincial Pastaza para el análisis de las redes de comercialización locales. Establecer convenios con PROECUADOR, MIPRO, GAD Provincial de Pastaza para la consecución de los objetivos del proyecto para la dotación de infraestructura turística en los atractivos naturales del cantón.
- **Asociación de Turismo de Mera (ASOTURISMER):** Ente gremial compuesto por guías turísticos, artesanos, propietarios de establecimientos turísticos de alojamiento, alimentos y bebidas del cantón Mera, con el fin de lograr una mayor organización del grupo y obtener beneficios.

Las instituciones que trabajan en el ámbito **cultural** en el cantón son:

- **Ministerio de Cultura:** Institución pública, con la cual el GAD de Mera tiene como estrategia de articulación, establecer un convenio entre los Ministerios de Educación, Cultura e Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) para el rediseño de un museo para la restauración y promoción del patrimonio cultural; Acceder a los fondos concursales del Ministerio de Cultura para la elaboración de documentales. Firmar un Acuerdo con la Brigada de Selva Pastaza para el Uso de Cine El Dorado, con el fin de llevar a cabo el Proyecto del Rescate del patrimonio cultural, promoción de la identidad y saberes ancestrales.
- **Instituto Nacional de Patrimonio Cultural:** Ente público, con el cual, se tiene como estrategia de articulación Convocar al INPC para que se realicen los estudios especializados de la zona arqueológica para el Proyecto para la elaboración del plan de manejo del Complejo Arqueológico Las Tolitas de Zulay.
- **Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE):** Es una federación plurinacional de comunidades indígenas, que ofrecen servicios de turismo, de guías y de alojamiento, con la cual, el Gobierno Municipal de Mera se ha planteado como estrategia de vinculación una firma de convenios y cooperación con la FEPTCE para capacitación en temas de revitalización cultural, socio-organización, economía solidaria de las comunidades a participar en los circuitos de turismo comunitario.
- **Asociación Tayak:** Ente gremial, compuesto por artesanos de las culturas Quichua, Shuar y Zápara, con el fin de lograr una mayor organización del grupo para la búsqueda de beneficios.
- **Asociación Artesanal Agua Viva:** Ente gremial, con el fin de lograr una mayor organización del grupo para la búsqueda de beneficios.
- **Asociación Artesanal Sinchi Warmi:** Ente gremial, compuesto por mujeres artesanas con el fin de lograr una mayor organización que les permita obtener mejores beneficios.

Las instituciones que trabajan en el ámbito **ambiental** son:

- **Ministerio del Ambiente:** Institución pública, encargada de realizar estudios de impacto ambiental, brindar asesoría técnica a los responsables de ejecutar proyectos turísticos en áreas protegidas, realizar operativos de control forestal y controlar el expendio de comidas típicas, cuyos ingredientes para su preparación constituyan especies en peligro de extinción. Además, este Ministerio se ha involucrado en el Proyecto de gestión de un Fondo de Agua para el cantón Mera, entre otros.
- **World Wild Fund (WWF - Fondo Mundial para la Naturaleza):** Organización internacional sin fines de lucro para la conservación de la naturaleza, ha reconocido al Corredor Ecológico Llanganates – Sangay, como “Regalo para la Tierra” del cual forma parte el cantón Mera. Además, esta organización promueve proyectos que contribuyen a la restauración de los bosques en las zonas degradadas del corredor ecológico, mediante sistemas agroforestales sostenibles. El Ministerio del Ambiente (MAE), a través del Programa Socio Bosque y la Dirección Nacional Forestal, constituyen aliados estratégicos en los procesos de restauración.
- **Jefatura Ambiental:** ente público, que forma parte del Proyecto de mejoramiento, ampliación y rehabilitación del sistema de agua potable para el cantón Mera – captación Río Tigre.

1) La Constitución

La constitución en el Art 3 (numerales 1, 5, 7), Art 10, Art 14, Art 66 (numeral 2), Art 71, Art 72, Art 83 (numerales 3, 6, 13) y Art 395 (numerales 1, 2, 3) señala que el desarrollo y actividades a llevar a cabo en la República del Ecuador se deberán realizar de manera sostenible procurando el Buen Vivir, el presente documento reconoce que la naturaleza tiene derechos los cuales deben ser respetados por los ecuatorianos; procurando un ambiente saludable en el que se desarrollen sosteniblemente las actividades económicas productivas, las mismas que deberán beneficiar a la mayor parte de la población, cabe recalcar que se incentiva la inclusión social especialmente de las personas con capacidades especiales, indígenas, afroecuatorianos y mujeres de todas las nacionalidades; logrando un desarrollo justo y equilibrado de nuestro país. A más de ello se establece el derecho al ocio, es ahí donde interviene la actividad turística, como un excelente medio que permita alcanzar un adecuado cumplimiento del mismo.

2) Código orgánico

a. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización

El presente código señala en el Art 29, Art 54 (literales a, b, c, e, g, h, k, m, n, o, p, q) las funciones que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal debe cumplir, con el fin de garantizar la realización del buen vivir de sus pobladores en el marco de la equidad e inclusión, para lo cual se establezca en su plan de desarrollo el uso del suelo y urbanístico asegurando que existan áreas verdes y comunales, así como también los medios y procedimientos para regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística, se regule y controle la contaminación ambiental; así como también el uso del espacio público para el desarrollo de actividades, la colocación de publicidad y señalización; Es responsable de la seguridad ciudadana, la promoción y patrocinio de las cultura, artes, deportes, en beneficio de la colectividad del cantón.

3) Ley ordinaria

a) Ley de Gestión Ambiental

En el presente documento legal en los Art 2, Art 6, Art 9, Art 12, Art 13, Art 14, Art 16, Art 17, Art 18, Art 21, Art 23 y Art 31, la gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales, con la finalidad de aprovechar racionalmente los recursos naturales no renovables previo un estudio de factibilidad económico y evaluación de impacto ambiental. Siendo el Ministerio del ramo el encargado de velar por su cumplimiento.

b) Ley de prevención y control de la contaminación ambiental (Registro Oficial N° 418: 10 de septiembre de 2004)

En el Art 13 e menciona que, los Ministerios de Salud y del Ambiente, cada uno en el área de su competencia, en coordinación con las municipalidades, planificarán, regularán, normarán, limitarán y supervisarán los sistemas de recolección, transporte y disposición final de basuras en el medio urbano y rural.

En el Art 16, además, se faculta a cualquier ciudadano a denunciar aquellas actividades que perjudican el ambiente, procurando la reducción de los niveles de contaminación y la remediación de los mismos garantizando un ambiente sano y asegurando a su vez la calidad de vida de los habitantes.

c) Ley de turismo (RON° 309: 19 de abril del 2001)

La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios. Los principales Artículos que inciden en esta investigación son: Art. 3 (lit b y c), Art 4 (lid d), Art 15 (numeral 7), Art 12, Art 17, Art 33.

d) Ley de patrimonio cultural (RON° 865: 2 de julio de 1979)

Establece en los Art 6, Art 7, Art 31, Art 32, Art 33, Art 34 cuales son los elementos patrimoniales, la importancia que estos tienen en la identidad nacional, determina los entes institucionales encargados de su conservación y el apoyo para la ejecución de actividades culturales que permitan fortalecer la identidad cultural nacional.

e) Ley forestal de conservación de áreas naturales y vida silvestre (RON° 418: 10 de septiembre del 2004)

Los Art 1, Art 6 (lit. a), Art 9 se encuentran relacionados al patrimonio forestal, teniendo en consideración las características de las tierras forestales destinadas a la conservación, asegurando su permanencia y equilibrio.

4) Ordenanzas

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mera en relación al sector turístico ha promulgado hasta la actualidad las siguientes ordenanzas:

a) Ordenanza Sustitutiva de la Ordenanza que Regula el uso, Conservación y Cobro de Tasas por los Servicios del Complejo Turístico del “Rio Tigre” de la Ciudad de Mera

El objetivo de esta ordenanza es regular el uso, conservación y cobro de tasas por los servicios del complejo turístico del río tigre de la ciudad de mera.

b) Ordenanza sustitutiva de Comité Permanente de Fiestas

Ordenanza sustitutiva que crea el Comité Permanente de Fiestas de Carnaval Cultural, Semana Santa, mes del turismo, Finados, fin de año, Cantonización de Mera y Parroquialización de Shell y Madre Tierra.

c) Ordenanza sustitutiva que regula licencia única locales turísticos

Establecer la tasa para la licencia única anual de funcionamiento de los establecimientos turísticos del Cantón Mera. Ordenanza que regula la emisión del Registro Único Anual de Funcionamiento (LUAF), tasas de cobro, estímulos a la inversión para el desarrollo de actividades turísticas en la zona urbana y rural del cantón Mera, multas y sanciones.

d) Ordenanza de gestión, promoción y patrocinio cultural en Mera

Ordenanza dispuesta con el fin de dar gestión, promoción y patrocinio cultural en el Cantón Mera.

3. Análisis de la competencia

Tabla VII-43: Análisis de la competencia interna y externa en base al sistema turístico

COMPONENTE DEL SISTEMA TURÍSTICO	COMPETENCIA INTERNA	COMPETENCIA EXTERNA
Atracciones y actividades	<p>CANTÓN PASTAZA (PUYO)</p> <p>En el cantón Pastaza (Puyo) existen 37 atractivos turísticos, de los cuales, el 41% corresponden a los sitios naturales y el 59% restante a las manifestaciones culturales. En relación a la jerarquía de los atractivos, existen 30 (81%) atractivos de jerarquía II y 7 (19%) de atractivos de jerarquía III.</p> <p>Análisis: El cantón Pastaza cuenta con un menor número de atractivos turísticos a comparación del cantón Baños, sin embargo, la superficie de este cantón es un 92% mayor a la del cantón Baños de Agua Santa.</p>	<p>CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA</p> <p>En el cantón Baños de Agua Santa existen 74 atractivos turísticos, de los cuales el 39% corresponden a los sitios naturales y el 61% restante a las manifestaciones culturales. Respecto de las jerarquías se encuentran catorce (21%) atractivos de jerarquía I, 25 (37%) atractivos de jerarquía II y 29 (42%) atractivos de jerarquía III.</p> <p>Análisis: En el cantón Baños se han gestionado efectivamente sus atractivos turísticos, complementándolos con actividades recreativas para diferentes segmentos de demanda turística, logrando crear espacios para disfrutar en familia de diferentes grupos de edad (ya sea en modalidades de turismo de relajación, turismo de naturaleza), así como como entre jóvenes intrépidos (practicando turismo de aventura).</p>
Infraestructura básica	<p>Agua: El cantón Pastaza en lo que respecta al servicio de agua potable, el porcentaje que se provee a través de la red pública es del 65,5% de, mientras que el 17,4% se sirve de vertientes, ríos o acequias y el 10,4% es agua lluvia recolectada.</p>	<p>Agua: El 67,34% del cantón Baños de Agua Santa se abastece del servicio de agua potable, del cual el 58% cuenta con el servicio a través de una red de pública; el 4% de pozo, el 37% de ríos vertientes, acequias; y el 1% restante a través de otras formas (agua lluvia o albarrada).</p>

Servicio higiénico: El 51,26% de la población del cantón Pastaza cuenta con el servicio de alcantarillado, del cual el 79,8% cuenta el mismo en el sector urbano y en el sector rural tan sólo el 8,52% cuenta con este servicio, el cual es provisto a través de una red principal.

Energía eléctrica: El abastecimiento de luz en el cantón Pastaza cubre el 98,9% del servicio dentro del perímetro urbano y un 56,3% en la zona rural, esto es en los sitios donde llegan las carreteras; el 43,7% de la población restante carece de este servicio básico por la dispersión dentro del territorio. El sistema eléctrico rural en el cantón Pastaza, está cubierto por el servicio eléctrico con línea trifásica y las zonas aledañas están cubiertas con línea bifásica. En cuanto a las zonas del interior un pequeño porcentaje 1,39% de personas posee luz eléctrica proveniente de paneles solares y el 1,96% de generadores de luz.

Eliminación de basura: el 49% del total de la zona urbana y rural cuentan con el servicio de recolección de basura a través de un carro recolector, el 51% restante no tiene este servicio pues el 28% quema la basura y el 23% arroja los desechos a quebradas cercanas o en terrenos baldíos. Es importante señalar que, en la zona rural, donde no existe el servicio de recolección de desechos sólidos el 7% de las personas reutilizan la basura para compost orgánico, mientras que los desechos del procesamiento de la caña y la balsa son reciclados y sirven para la misma industria.

Servicio higiénico: el 78,72% cuenta con el servicio de eliminación de aguas servidas, del cual el 79% cuenta con el servicio a través de la red pública de alcantarillado; el 4,47% está conectado a pozo séptico; el 7,4% cuenta con pozo ciego; el 4,3% con descarga directa; el 0,76% usa letrina y el 4,48% no tiene.

Energía eléctrica: El 95,3% cuenta con el servicio a través de una red pública; el 1,12% a través de panel solar; el 0,2% cuenta con generador de luz y el 0,1 cuenta con otro sistema de abastecimiento y el 4,2% no cuenta con ningún tipo de provisión de este servicio.

Eliminación de basura: el 85,8% cuenta con el servicio de eliminación de desechos, del cual 71% por carro recolector; el 14% arroja a terrenos baldíos o quebradas; el 10% la queman; el 4% la arrojan al río acequias o canales; y el 2% restante lo hacen de otra forma.

Análisis: el cantón Baños, cuenta con una amplia dotación de los servicios básicos a su población, sin embargo, al igual que en el cantón Pastaza, el sector rural sigue siendo el que cuenta con un mayor déficit de los mismos.

Análisis: Según los datos generados por el censo 2010 del INEC, se puede apreciar que la dotación de los servicios básicos es deficiente principalmente en el sector rural del cantón, contando con una mayor cobertura de los servicios el cantón Baños.

Planta turística

El Ministerio de Turismo en el año 2018, ha registrado un total de 229 establecimientos turísticos en el cantón Pastaza (Puyo), de los cuales el 3% ofrecen servicios de operación e intermediación; el 22% brinda servicios de alojamiento con una capacidad de 2186 pax, el 67% presta el servicio de alimentos y bebidas con una capacidad para 5732 pax para el servicio de restauración; el 7% de recreación diversión y esparcimiento y el 1% restante el servicio de transporte terrestre turístico.

En cuanto a las categorías de los establecimientos, 36 son de cuarta categoría; 101 son de tercera categoría; 30 son de segunda categoría; 5 son de primera categoría; y 2 son de categoría única entre un centro de turismo comunitario y una casa de huéspedes.

En relación a los establecimientos por estrellas, 17 son de 1 estrella; 17 son de 2 estrellas; y 13 son de 3 estrellas.

Análisis: La parroquia Puyo (cabecera cantonal) concentra el 93% de la planta turística del cantón Pastaza con una variada oferta de servicios y categorías, de los cuales el 22% representa el servicio de alojamiento, mientras que, el 67% el servicio de alojamiento.

Según el Ministerio de Turismo en el cantón Baños de Agua Santa, hasta el presente año (2018), se han registrado 535 establecimientos, de los cuales: el 16% ofrece servicios de operación e intermediación; el 53% brinda el servicio de alimentos y bebidas con una capacidad para 9083 pax; un 26% presta el servicio de alojamiento con una capacidad para 5528; el 4% de recreación, animación y esparcimiento; el 1% restante de transporte terrestre turístico.

Respecto de las categorías de los establecimientos, 37 son de cuarta categoría; 273 son de tercera categoría; 45 de segunda categoría; 3 son de primera categoría y 6 son de categoría única entre casas de huéspedes, campamento turístico y un centro de turismo comunitario.

En cuanto a las categorías de los establecimientos por estrellas, 51 son de 1 estrella; 19 son de 2 estrellas entre hoteles y hostales; 6 son de 3 estrellas entre hoteles, hostales y hosterías; 4 son de 4 estrellas entre hosterías y hoteles; y 1 hostería de 1 estrella.

Análisis: En el cantón Baños de Agua Santa, la capacidad instalada en hospedaje es del 26%, superior a la del cantón Pastaza, mientras que en restauración es inferior, lo cual representa un 53%.

Superestructura básica	<p>El cantón Pastaza cuenta con las siguientes ordenanzas que regulan, promueven y controlan las actividades turísticas dentro de su jurisdicción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenanza de creación del Concejo cantonal de turismo, el cual estimula la organización institucional para el desarrollo turístico en base al ordenamiento de su territorio, el impulso de actividades de investigación, mercadeo y promoción turística para su desarrollo sustentable. Así como también a la formación profesional y a la capacitación de recursos humanos. • Ordenanza que establece la tasa para la licencia única anual de funcionamiento de los establecimientos turísticos. • Ordenanza para preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico y cultural, y construir los espacios públicos para estos fines, dentro de la jurisdicción del cantón Pastaza. <p>Análisis: En el cantón Pastaza se han enfocado ordenanzas que impulsen el desarrollo turístico en base a la coordinación y organización institucional, actividades investigativas, de mercadeo y promoción de su oferta turística y cultural. Así como también a la regulación del funcionamiento de establecimientos turísticos.</p>	<p>El cantón Baños de Agua Santa cuenta con las siguientes ordenanzas relacionadas con actividades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenanza de creación de la jefatura de cultura, educación y deporte • Ordenanza que establece la tasa para el cobro, para la obtención del permiso anual de funcionamiento de las actividades de tarabitas, funiculares, teleféricos y otros. • Ordenanza que reglamenta el funcionamiento y regula el cobro del ingreso a los balnearios municipales de Baños de Agua Santa. <p>Análisis: En el cantón Baños se ha dado prioridad a la creación de ordenanzas concernientes con actividades culturales, educativas y deportivas, así como también para el cobro y la obtención del permiso anual de funcionamiento de algunas de las actividades turísticas que oferta el cantón.</p>
Líneas de productos turísticos	<p>Las modalidades de turismo que se desarrollan en el cantón Pastaza son: turismo de naturaleza (aviturismo, caminata por senderos, centro de rescate de fauna,</p>	<p>Las modalidades de turismo que se desarrolla principalmente en el cantón Baños son: turismo de aventura (kayaking, rafting, canyoning, canopy, escalada, ciclismo, caminata,</p>

zoológico, jardines botánicos, observación de flora-orquideas, ríos y cascadas), turismo cultural (visita a las comunidades indígenas), turismo de relajación (balnearios, parque acuático).

salto del puente), turismo religioso (procesiones por semana santa), turismo de relajación (balnearios con aguas termanales, spas).

Análisis: las modalidades turísticas que más se practican están en contacto permanente con la naturaleza, ya sea al tomar una caminata para observar la flora, fauna, visitar cascadas y ríos o compartir actividades con algunas culturas de la Amazonía.

Análisis: El cantón Baños, se ha caracterizado principalmente por su amplia oferta y demanda en actividades de aventura, seguido también por actos religiosos que se dan generalmente en semana santa

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

4. Confrontación demanda – oferta

a. Proyección de la demanda y oferta

Se proyecta la demanda a 10 años, utilizando la fórmula del incremento compuesto, considerando el índice de crecimiento poblacional en el año 2010, el cual corresponde al 1,6% de acuerdo a los datos generados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Fórmula:

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Co = Demanda Potencial

i = índice de crecimiento poblacional (1,6%)

n = año a proyectarse = (1 – 10)

Tabla VII-44: Proyección de la demanda turística del cantón Baños de Agua Santa.

TURISTAS BAÑOS				
AÑO		CANTIDAD DEMANDA		DEMANDA
		Nacional	Internacional	PROYECTADA
2017	0	131657	95337	226994
2018	1	133764	96862	230626
2019	2	135904	98412	234316
2020	3	138078	99987	238065
2021	4	140287	101587	241874
2022	5	142532	103212	245744
2023	6	144813	104863	249676
2024	7	147130	106541	253671
2025	8	149484	108246	257729
2026	9	151875	109978	261853
2027	10	154305	111737	266043
2028	11	156774	113525	270299
TOTAL		1726603	1250288	2976890

Nota: Lily Lucio R, 2018.

Tabla VII-45: Proyección de la demanda turística del cantón Pastaza.

TURISTAS CANTÓN PASTAZA				
AÑO		CANTIDAD DEMANDA		DEMANDA PROYECTADA
		Nacional	Internacional	
2017	0	20993	15202	36195
2018	1	21329	15445	36774
2019	2	21670	15692	37363
2020	3	22017	15943	37960
2021	4	22369	16199	38568
2022	5	22727	16458	39185
2023	6	23091	16721	39812
2024	7	23460	16989	40449
2025	8	23835	17260	41096
2026	9	24217	17537	41753
2027	10	24604	17817	42421
2028	11	24998	18102	43100
TOTAL		275311	199365	474676

Nota: Lily Lucio Reinoso.

Se estima que para el año 2028 llegarán al cantón Baños de Agua Santa 307237 turistas, de los cuales 178198 son nacionales 129039 son internacionales. Mientras que, para el cantón Pastaza, se estima que para el año 2028 llegarán 48990 turistas, de los cuales 28414 son nacionales y 20576 son internacionales.

b. Demanda potencial turística

Se estima que la demanda potencial insatisfecha que se podría captar para el cantón Mera, es de aproximadamente 114404 turistas anuales, según el flujo de demanda que se ha registrado en los cantones Baños de Agua Santa y Pastaza, los cuales han sido considerados para este estudio por contar con características de cercanía y similitud en cuanto a su entorno.

Turistas Baños:	226994
Turistas Pastaza (Puyo):	136195
Universo de Estudio:	363189
Porcentaje de aceptación:	94%
Demanda Total:	Universo de estudio
Demanda Potencial:	Demanda Total*%aceptación
Demanda Insatisfecha:	Demanda Potencial-Competencia
Demanda Total:	363189
Demanda Potencial:	341398

C. VISIÓN FILOSÓFICA DEL PLAN

1. Problemática que incide en el desarrollo turístico del Cantón Mera

a. Análisis de Problemas

Tabla VII-46. Matriz CPES (Causa, Problema, Efecto, Solución).

ÁMBITO DE INJERENCIA	CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Demanda turística	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de estudios de mercados actualizados. • Falta de un Plan de Marketing Turístico. • Falta de valor agregado al turista que genere experiencias de fidelización y recomendación para otros. • Débil articulación con operadoras de turismo a nivel nacional e internacional. 	Mínima demanda turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa dinamización de la economía local • Reducidos ingresos económicos para prestadores de servicios turísticos o complementarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y ejecución de un Plan de Marketing Turístico Cantonal. • Generación de valor agregado en la oferta turística local. • Crear vínculos estratégicos con las principales operadoras de la zona y el país.
	Escaso apoyo institucional a los emprendimientos privados turísticos.	Competencia desleal	<ul style="list-style-type: none"> • Mínima demanda turística a los emprendimientos privados. • Conflicto entre emprendedores turísticos privados y el municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar espacios de concertación intersectorial para la identificación de necesidades y planificación entre el sector público y privado.

Productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de algunos potenciales atractivos turísticos naturales del cantón y la zona. • Escasa gestión de rutas y circuitos turísticos. • Inexistencia de la oferta turística dentro de paquetes turísticos disponible en operadoras o agencias de viajes nacionales e internacionales (a excepción de las cavernas del río Anzu). 	Limitada oferta turística en relación a productos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de competitividad con otros destinos. • Reducido tiempo de estadía del visitante mínimo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de nuevas rutas y circuitos turísticos interesantes para formar parte de nuevos paquetes turísticos. • Crear alianzas estratégicas con instituciones públicas y empresas privadas del cantón y otros cercanos a Mera para gestionar la comercialización de la oferta turística de la zona.
Superestructura turística	<ul style="list-style-type: none"> • Escasas políticas públicas turísticas para el fomento del turismo. 	Escasa planificación.	Escaso de presupuesto para la inversión turística.	Elaboración, ejecución, monitoreo, seguimiento y evaluación del Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible.
	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de espacios de concertación intersectorial a nivel cantonal. • Débil comunicación entre los entes relacionados con la actividad turística del cantón y la zona circundante a Mera. • Escasos compromisos que contribuyan al mejoramiento de cada uno de los sectores que forman parte del desarrollo turístico. 	Deficiente coordinación para la planificación turística a corto, mediano y largo plazo. entre el sector público, privado y comunitario	Alto nivel de riesgo de inversión realizada por la empresa privada.	Generar espacios de concertación intersectorial para la planificación, coordinación y socialización.

	<ul style="list-style-type: none"> • Escaso control de precios. • Inexistencia de ordenanzas que regulen los precios de los productos. 	Precios exageradamente elevados de la materia prima, requerida por los prestadores de servicios durante lo feriados.	<ul style="list-style-type: none"> • Alza de precios de los productos terminados, tales como: platos tradicionales • Disminución de la demanda. 	Control de precios por parte de la autoridad competente, amparada en ordenanzas que regulen los precios de los productos.
	Poco control policial en los sectores que se comenten actos delictivos. Inexistencia de un Plan de seguridad ciudadana.	Delincuencia en ciertos atractivos turísticos en determinadas horas del día.	Amenaza a la integridad física de los turistas, visitantes y población.	Diseño, ejecución y monitoreo de un Plan de Seguridad Ciudadana (parroquia Shell).
Planta turística	Desconocimiento de las instituciones públicas, constituidas con el fin de fortalecer los conocimientos técnicos, habilidades y destrezas de las personas que están vinculadas en el sistema turístico.	Escasa formación empresarial para emprendedores turísticos (parroquia Madre Tierra).	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de inversión. • Entrega del servicio de manera empírica. • Disminución de la calidad del servicio. • Baja demanda turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • En coordinación con la Unidad de Turismo del GAD Municipal de Mera, el Ministerio de Turismo del Ecuador y la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales, solicitar cursos de capacitación y profesionalización en áreas de administración y turismo. • Acogerse a programas de certificación de calidad turística.
	Escasos cursos de capacitación para guías en temas ambientales.	Los guías turísticos no se encuentran capacitados y certificados en temas sobre biodiversidad.	Bajos niveles de satisfacción de turistas que viajan por actividades de naturalezas	Coordinación con la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales para la apertura de cursos sobre: identificación

			de especies, manejo de la biodiversidad y ecosistemas de la zona.
<ul style="list-style-type: none"> • El guía local generalmente piensa que el desempeño de su trabajo es suficiente y en caso de presentarse alguna eventualidad aplica su conocimiento empírico. 	<p>Escaso talento humano capacitado en el servicio de guianza, para asistir turistas que hablen otro idioma distinto al español; así como asistencia en temas de: primeros auxilios, atención al cliente, sensibilización de discapacidades y hospitalidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Baja demanda turística extranjera. • Bajos niveles de satisfacción del turista. 	<p>En coordinación con el Ministerio de Turismo, realizar un plan de capacitación para los guías locales en las siguientes temáticas: idiomas, primeros auxilios, atención al cliente, sensibilización de discapacidades, hospitalidad y guianza.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Escasa de inversión privada • Desconocimiento sobre apoyo financiero y técnico. • Escasos incentivos públicos 	<p>Establecimientos que brindan servicios de alimentación y hospedaje pero no reúnen las condiciones necesarias para ser turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Baja calidad de la oferta del servicio de estos establecimientos (alojamiento y alimentación). • Bajo nivel de competitividad turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de políticas públicas que impulsen la inversión privada. • Elaborar una estrategia para atraer inversión en la planta turística, empresas hoteleras, tour operadoras y otras actividades turísticas. • Redacción de protocolos para la realización de trámites y obtención de permisos, capacitación a la fuerza laboral, seguridad jurídica.
<p>Escasas políticas públicas que impulse la inversión y alianzas estratégicas para aprovechar espacios públicos subutilizados.</p>	<p>Abandono de infraestructura pública (teleférico y mercado municipal)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Baja dinamización económica. • Ingresos económicos reducidos. 	<p>*Establecer políticas públicas que promuevan la inversión y nuevas formas de producción vinculantes a la actividad turística en espacios públicos.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Delincuencia (teleférico) 				
Infraestructura turística básica	<ul style="list-style-type: none"> • Reducida coordinación entre instituciones estatales para el mejoramiento vial. • Presupuesto reducido. 	Escaso mantenimiento vial para la visita de ciertos atractivos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Difícil acceso a potenciales atractivos turísticos del cantón. • Oferta y demanda turística limitada. 	Crear vías de primer orden hacia los principales atractivos turísticos del cantón. Proporcionar mantenimiento vial permanente a través de alianzas con otros organismos del estado y la población para la inversión en mantenimiento vial, gestión del presupuesto
	Viviendas dispersas y abandonadas en algunas comunidades indígenas, dificulta identificar el número exacto de beneficiarios de estos servicios. Escaso presupuesto.	Deficiencia de servicios básicos (agua potable y alcantarillado).	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades por parasitosis intestinal, amebiasis, infecciones digestivas, dermatitis alérgica. • No se garantiza la calidad de los servicios turísticos. 	Ejecución del proyecto planteado por el municipio de Mera para ampliar la dotación del servicio de agua potable y el Plan maestro de alcantarillado.
	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de un plan de contingencia. • Contraposición de interés en ordenamiento territorial y uso de suelo entre la sociedad civil y autoridades. 	Inundaciones causadas por río Pastaza afecta a la comunidades aledañas.	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo a la integridad física y patrimonial de la población aledaña al río. • Destrucción de cultivos aledaños al río • Erosión de suelos • Suelos menos productivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un Plan de contingencia para mitigar los efectos causados por las inundaciones. • Concientizar la importancia de las fajas de protección de las fuentes hídricas en asentamientos humanos.
	Escasa de gestión para contratar más personal médico.	El personal médico no abastece al número de habitantes que acude a los centros de salud.	<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia inoportuna de casos de emergencias. 	Gestionar la contratación de más personal médico para los centros de salud del cantón.

			<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del riesgo de problemas de salud de quienes acuden al servicio. 	
	Poca coordinación para la ampliación de para brindar el servicio de transporte.	Acceso limitado del servicio de transporte público hacia algunas comunidades (Jatari y Puyo-Pungo, Chinimbi y Rayo Urko) de la parroquia Madre Tierra.	Dificultad para movilizarse de las comunidades a las cabeceras parroquiales.	Coordinación para la ampliación de horarios entre la Agencia Nacional de Tránsito, el municipio, las cooperativas de transporte y las comunidades.
Atracciones y actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de los potenciales atractivos turísticos del cantón. • Escasa inversión. 	Facilidades turísticas insuficientes en todos los potenciales atractivos turísticos del cantón.	<ul style="list-style-type: none"> • Difícil acceso hacia atractivos turísticos del cantón. • Oferta y demanda turística limitada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un proyecto de señalética turística, mejoramiento e implementación de facilidades turísticas y gestionar el presupuesto en los organismos pertinentes.
	Inversión realizada no responde a criterios técnicos ni a los gustos y preferencias de la demanda.	Deficiente equipamiento y actividades para diferentes segmento del mercado.	Baja demanda turística. Reducido aprovechamiento de entornos con vocación turística	Diseño y construcción de infraestructura adecuada para la práctica de deportes de aventura y actividades para niños, adultos mayores (tales como: pesca deportiva, paseos en canoa, caminatas, etc.) y personas con discapacidades. Inversión en equipamiento y mejoramiento de instalaciones turísticas que se encuentran abandonadas.

Influencia de nuevos entornos para el desarrollo de actividades económicas, educativas, sociales, políticas, culturales.	Reducido número de individuos de las nuevas generaciones pertenecientes a pueblos ancestrales conocen su lengua nativa.	Pérdida de patrimonio cultural.	Crear espacios y actividades que promuevan el respeto y valoración de la cultura e interculturalidad.
<ul style="list-style-type: none"> • Mal manejo de desechos sólidos por parte de la población. • Visitantes y habitantes del cantón con baja concienciación ambiental. • Inexistencia de un sistema adecuado para el desfogue de aguas residuales. • Escaso control por parte de la autoridad pública que sancione mediante ordenanzas las acciones que contribuyen al deterioro ambiental. • Inexistencia de estudios ambientales. 	Contaminación ambiental por actividades mineras, desechos sólidos (basura, estiércol de aves de criadero) y desfogue de aguas servidas en fuentes hídricas.	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades • Destrucción del patrimonio natural. • Proliferación de plagas • Mal olor • Contaminación visual. • Contaminación auditiva. • Mala imagen del cantón • Baja calidad de la oferta turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un plan de Manejo, Recuperación y Restauración Ambiental (contaminación por canteras). • Elaboración de un programa de Educación Ambiental y buenas prácticas de turismo sostenible o buenas prácticas ambientales. • Programa de clasificación y reutilización de desechos. • Aplicación de la ordenanza sobre manejo d desechos, la cual controle y sanciones los actos que causan contaminación. • Implementación de una planta de tratamiento de aguas servidas.

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

b. Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Tabla VII-47: Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas).

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Rica diversidad natural y cultural • Cuencas hídricas de calidad • Diversidad de saberes y costumbres ancestrales de las nacionalidades del cantón. • Presencia de Tres bosques protectores. • Disponibilidad de servicios de alojamiento, alimentación, transporte y comunicación • Talento humano formado en diferentes disciplinas. • Presencia de artistas plásticos (pintores, artesanos). • Seguridad ciudadana (percepción de paz y tranquilidad). • Territorio de Mera forma parte del corredor ecológico Llanganates-Sangay. • Entornos idóneos para la investigación científica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo por parte de la academia (universidades, institutos) para la elaboración de estudios pertinentes y apoyo a la formación del talento local • El Plan Nacional Toda Una Vida, fomenta el desarrollo turístico nacional y plantea propuestas que protejan el patrimonio natural y cultural del país • Suscripción de convenios con la UNESCO por pertenecer parte del cantón Mera, a los Parques Nacionales Sangay y Llanganates. • Nacionalidad Zápara asentada en la comunidad Puerto Santa Ana, fue declarada en el año 2001 como Patrimonio Oral Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. • World Wildlife Fund (WWF) ha declarado al corredor ecológico como Regalo para la Tierra, fundación que otorga esfuerzos para la conservación ambiental. • Ubicación geográfica en la zona centro del país con proximidad a destinos turísticos consolidados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo presupuesto. • Falta de formación y visión turística. • Baja cobertura de servicios básicos, tales como: agua y alcantarillado. • Contaminación de recursos hídricos. • Acceso limitado al servicio de transporte público (parroquia Madre Tierra). • Mal manejo de desechos sólidos (por parte de domicilios, plantas avícolas, ciudadanía en general). • Falta de infraestructura y personal médico (P. Madre Tierra). • Falta de guías turísticos capacitados y certificados en temas sobre manejo de biodiversidad y ecosistemas. • Escasa coordinación intersectorial. • Delincuencia en ciertos atractivos turísticos • Abandono de infraestructura pública (teleférico y mercado municipal) • Escaso mantenimiento vial para la visita de ciertos atractivos turísticos relevantes del cantón (cavernas del río Anzu y casa del árbol). 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta capacidad instalada de la competencia (cantón Baños de Agua Santa). • Deslizamientos de tierra en la vía que conecta a Mera desde Baños. • Inundaciones en las riberas del río Pastaza. • Explotación del bloque petrolero 18

-
- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Territorio con vocación para desarrollar turismo de aventura y otras modalidades. | <ul style="list-style-type: none">• Saturación del turismo en el cantón Baños de Agua Santa (a 43 km de distancia de Mera).• Tendencia al aumento de turistas en el país y el mundo. | <ul style="list-style-type: none">• Escasas políticas públicas que fomenten la inversión privada. |
|--|---|---|
-

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

Tabla VII-48: Matriz de Problemas FO-DO

RELACIÓN	FORTALEZAS										
Alta: 5 Media: 3 Baja: 1 Nula: 0	Rica diversidad natural y cultural	Cuencas hídricas puras y de calidad	Disponibilidad de planta turística	Talento humano formado en diferentes disciplinas	Artistas plásticos.	Seguridad ciudadana	Corredor ecológico Llanganates-Sangay	Entornos idóneos para investigación científica	Potencial para desarrollar deportes	Infraestructura municipal	TOTAL
Oportunidades											
Apoyo de las instituciones de educación superior.	5	3	3	3	1	1	5	5	3	3	32
Suscripción de convenios con la UNESCO	5	5	1	3	1	1	5	5	0	3	29
Saturación del turismo en Baños.	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	38
Ubicación geográfica en el centro del país.	5	5	5	3	1	1	5	5	3	1	34
Nacionalidad Zápata declarada Patrimonio Oral Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.	5	1	3	1	1	1	0	1	0	1	14
Tendencia de crecimiento de turistas en el Ecuador.	5	5	5	3	3	5	3	3	5	1	38

Nota: Lily Lucio Reinoso, (2018).

Según los resultados que se muestra en la tabla, las fortalezas que se podrían utilizar, están mayormente relacionadas con las siguientes oportunidades para aprovechar: la saturación del turismo en Baños y la tendencia de crecimiento de turistas en el Ecuador con 38 puntos, seguido por la ubicación geográfica en el país y el apoyo académico de las instituciones de educación superior para desarrollar proyectos investigativos de carácter científico y social, cuyas oportunidades han alcanzado los 34 y 32 puntos respectivamente.

Tabla VII-49: Matriz de problemas.

Relación	AMENAZAS					
Alta: 5	Alta capacidad instalada de la competencia	Deslizamientos de tierra en la vía	Baños - Mera	Inundaciones en las riberas del río Pastaza.	Explotación del bloque petrolero 18	TOTAL
Media: 3						
Baja: 1						
Nula: 0						
DEBILIDADES						
Bajo presupuesto	1	3		5	3	12
Falta de visión y formación turística	5	0		1	1	7
Cobertura parcial de servicios básicos	5	1		1	3	10
Contaminación de recursos hídricos	0	1		3	5	9
Acceso limitado de servicio de transporte público (Madre Tierra)	3	3		1	0	6
Mal manejo de desechos en el cantón Mera	0	0		5	5	10
Falta de infraestructura, equipamiento y personal médico (Madre Tierra).	3	1		0	1	5
Falta de capacitación de guías	5	1		1	0	7
Escasa coordinación intersectorial	5	3		3	1	12
Falta de mantenimiento vial	5	5		0	1	11
Falta de políticas públicas	5	5		5	3	18
TOTAL	37	23		25	23	107

Nota: Equipo ESPOCH, 2018.

De acuerdo a estos resultados, se observa que los valores más altos en los índices de relación entre amenazas y debilidades son: la falta de políticas públicas, la escasa coordinación intersectorial, el bajo presupuesto, la falta de mantenimiento vial, el mal manejo de desechos y la contaminación de recursos hídricos. Las cuales muestran el nivel de prioridad que se requiere para minimizar las amenazas presentes que impiden el desarrollo turístico del cantón.

Tabla VII-50: Priorización de problemas y definición de estrategias FO-DO - FA-DA.

MATRIZ FODA	FORTALEZA - F	DEBILIDADES - D
<p>OPORTUNIDADES - O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de las instituciones de educación superior. • Suscripción de convenios con la UNESCO por ser parte del parque nacional Sangay y el parque nacional Llanganates. • Saturación del turismo en Baños. • Ubicación geográfica en el centro del país. • Territorio con vocación para desarrollar deportes extremos. • Nacionalidad Zápara declarada Patrimonio Oral Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad natural y cultural. • Cuencas hídricas puras y de calidad. • Disponibilidad de servicios de la planta turística • Talento humano formado en diferentes disciplinas. • Presencia de artistas plásticos. • Seguridad ciudadana. • Maquinaria municipal en buen estado • Corredor ecológico Llanganates-Sangay • Entornos idóneos para investigación científica. <p>ESTRATEGIAS - FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con la UNESCO para fomentar la investigación científica. • Aprovechar las cuencas hídricas con las que cuenta el cantón para desarrollar deportes extremos • Desarrollo de nuevos productos turísticos de naturaleza y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo presupuesto. • Falta de visión y formación turística. • Baja cobertura de servicios básicos. • Contaminación de recursos hídricos. • Mal manejo de desechos • Falta de capacitación de guías • Escasa coordinación intersectorial • Falta de mantenimiento vial • Falta de políticas públicas. <p>ESTRATEGIAS - DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Firmar convenios con las universidades para la elaboración de estudios pertinentes y apoyo a la formación de capacidades locales. • Implementación de sistemas caseros de purificación de diferentes tipos de agua, con el apoyo de las universidades. • Análisis de viabilidad de proyectos turísticos con el apoyo de las instituciones de educación superior.
AMENAZAS - A	ESTRATEGIAS - FA	ESTRATEGIAS - DA
<ul style="list-style-type: none"> • Deslizamientos en la vía Baños - Puyo. • Inundaciones por el río Pastaza • Posible asentamiento de un bloque petrolero. • Capacidad de planta e infraestructura turística en la ciudad de Baños para cubrir y la alta demanda 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación con el GAD municipal de Mera el uso de la maquinaria para reparar los deslizamientos de tierra en la vía Baños – Puyo. • Ampliar la oferta de servicios turísticos en el cantón. • Elaboración de planes de contingencia y de manejo ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definir políticas públicas que promuevan la inversión turística privada del cantón Mera.

Nota: Equipo técnico ESPOCH, 2018

1. Misión

Canalizar las prioridades de gestión para el desarrollo del turismo sostenible, en función de las necesidades identificadas para la consolidación del cantón en un destino turístico altamente competitivo, que brinda una oferta turística atractiva, inclusiva, diversa y de calidad, contribuyendo al incremento de los beneficios de los habitantes, a la conservación del patrimonio natural y cultural y a la satisfacción de diferentes segmentos del mercado turístico nacional e internacional.

2. Visión

El cantón Mera en el año 2023:

Ha logrado posicionarse como un destino turístico de excelencia, que garantiza al turista experiencias únicas y memorables, y a la vez genera oportunidades de empleo, mejora del nivel de vida de la población local y aprovechamiento responsable de sus recursos naturales y culturales, constituyéndose en un modelo líder de sostenibilidad en toda la región amazónica del país y Sudamérica.

3. Principios y valores

- **Eficacia:** Todos los actores de los diferentes sectores del turismo, emprenderán acciones diligentes que les permita obtener resultados óptimos en función de los objetivos planteados.
- **Eficiencia:** Todos los actores involucrados en la actividad turística, alcanzarán las metas planteadas utilizando óptimamente los recursos (talento humano, materiales, financieros, tecnológicos) disponibles.
- **Imparcialidad:** Todas las decisiones que se tomen en el ámbito turístico, deberán estar encaminadas a obtener beneficios colectivos.
- **Responsabilidad:** Los actores del sector turístico participarán activamente y de manera oportuna asumiendo compromisos en las diferentes actividades de los proyectos que se plantean en este plan.
- **Creatividad:** Los actores turísticos participarán activamente aportando ideas innovadoras para mejorar la oferta de servicios turísticos, así como sus relaciones de colaboración mutua.
- **Competitividad:** El talento humano involucrado en turismo debe estar altamente capacitado para brindar servicios profesionales.
- **Asociatividad:** Los diferentes gremios vinculados al sector turístico se fortalezcan y manifiesten permanentemente ideas que aporten a los intereses comunes.
- **Trabajo en equipo:** Es necesario identificar y complementar las diversas potencialidades (habilidades, talentos, conocimiento) con los que cuenta cada uno de los actores del turismo, para que se apoyen mutuamente y se orienten los esfuerzos al cumplimiento de los objetivos.

- **Participación:** Es muy importante contar con la participación de los involucrados en el sector para que sean analizadas las diferentes perspectivas desde diversos entornos del turismo y emprender medidas más efectivas para su desarrollo.
- **Integridad:** El trabajo por parte de cada uno de los actores deberá ser honesto, ético, y con gran sentido de justicia en pro de resultados excelentes.
- **Sentido de pertenencia:** Es fundamental que todos los actores sientan que forman parte del proceso y que los beneficios son para todos.
- **Amabilidad:** Es muy importante que todos los involucrados expresen sus ideas con respeto y amabilidad, con el fin de crear ambientes de confianza y apoyo mutuo.
- **Tolerancia:** Se deberán aceptar y respetar con madurez las opiniones vertidas por parte de los involucrados y posteriormente establecer estrategias que permitan llegar al entendimiento grupal.
- **Equidad:** Búsqueda de beneficios equitativos que conlleven a generar una fortalecida cadena de valor que integra a los sectores público, privado y comunitario.
- **Empatía:** Permite la capacidad de obtener diálogos más positivos y resultados más productivos mediante el entendimiento mutuo con argumentos basados en sentimientos, pensamientos y experiencias ajenas y propias.
- **Responsabilidad ambiental:** Las acciones que se realicen, estarán enfocadas siempre en conservar los diversos entornos del ambiente y/o mitigar impactos negativos.
- **Compromiso:** Es muy importante que todos los involucrados contribuyan activa y responsablemente durante todo el proceso, cumpliendo oportunamente con el trabajo encomendado.

4. Objetivos estratégicos

- a. Posicionar al cantón Mera como un destino turístico sostenible de excelente calidad, que genera rentabilidad económica para la población local, sin afectar negativamente a su patrimonio natural y cultural.
- b. Generar políticas públicas que permitan definir acciones de interés y beneficio común, contribuyendo a la efectiva inversión turística sostenible.
- c. Desarrollar las capacidades locales de gestión turística, generando programas y acciones que impulsen la profesionalización del sector.
- d. Desarrollar nuevos y diversos productos turísticos preservando el patrimonio natural y cultural del cantón, en coordinación con actores comunitarios, gremiales, la empresa privada y el sector público.
- e. Garantizar un alto nivel de satisfacción al turista y visitante a través de una gestión eficiente de la oferta turística cantonal, fomentando la producción, promoción y comercialización colaborativa del turismo, garantizando experiencias seguras, únicas y memorables.
- f. Asegurar la calidad de los servicios turísticos mediante sistemas de control eficaces y adaptados a la realidad del sector.
- g. Desarrollar estrategias promocionales, mediante el uso de medios de comunicación eficientes y el fortalecimiento del i-Tur como una unidad de información veraz y oportuna que motive y genere en el turista un patrón de utilización continua del espacio turístico y sus servicios.

- h. Promover buenas prácticas ambientales y turísticas que contribuyan responsablemente a preservar la diversidad biológica y cultural, el uso sostenible de los recursos y la reducción de los impactos ambientales, involucrando a la población local y asegurando una distribución equitativa a los beneficios del turismo.
- i. Salvaguardar la multiculturalidad del cantón, creando actividades que promuevan la interculturalidad como una de las bases fundamentales para preservar prácticas culturales y fortalecer su identidad cultural.

5. Políticas

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera, es la institución responsable de la ejecución de los proyectos establecidos en el Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible, mediante la coordinación con las demás instituciones, organizaciones, que trabajan en el cantón.

Las políticas que se han planteado en el presente plan, tienen estrecha relación con las establecidas en la propuesta de Política de Turismo del Ecuador del año 2017.

- La gestión turística del cantón Mera está deberá enfocarse a constituirlo en un destino competitivo, en función de criterios de sostenibilidad, seguridad y estándares de calidad internacional.
- Los recursos naturales y culturales se deberán complementar con los servicios de la planta turística para ser transformados en productos turísticos atractivos, inclusivos, diversos y con valor agregado.
- El sistema de conectividad deberá ser gestionado de tal manera que brinde un servicio eficiente al movilizar, bienes, servicios, información y personas.
- La oferta turística del cantón se fomenta a través de la inversión en infraestructura, promoción y conectividad.
- La calidad de la oferta turística del cantón se deberá fortalecer a través de programas de certificación de calidad turística, aplicado para establecimientos, así como destinos turísticos.
- La gestión turística se desarrolla de manera coordinada y participativa, de manera que se consolida una cadena de valor entre los actores claves del turismo de cada uno de los sectores, público, privado y comunitario.
- Los productos turísticos deben satisfacer las necesidades, exigencias y expectativas del turista proveniente de distintos nichos del mercado (niños, adultos mayores, personas con algún tipo de discapacidad física, público en general) mediante diferentes modalidades turísticas incluidas en una gama de paquetes turísticos.
- La actividad turística del cantón se gestiona bajo lineamientos que favorezcan la conservación y revalorización del patrimonio natural y cultural

D. PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

La propuesta del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del cantón Mera, establece un tiempo de intervención de cinco años, se encuentra basada en 5 ejes fundamentales de la Política de Turismo del Ecuador: Seguridad; Destinos y productos; Calidad; Conectividad e; Inversión. Razón por la cual se establece un total de 4 programas que contienen 10 proyectos a corto, mediano y largo plazo.

Tabla VII-51: Resumen de la propuesta del Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible.

EJES DE LA POLÍTICA DE TURISMO DEL ECUADOR DEL PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO 2018.	PROGRAMA	PROYECTOS
SEGURIDAD	1. COORDINACIÓN INTERSECTORIAL, SEGURIDAD CIUDADANA Y POLÍTICAS PÚBLICAS	1.1 Estrategia cantonal de Seguridad Ciudadana para el fomento del turismo. 1.2 Generación de espacios de concertación intersectorial a nivel cantonal. 1.3 Creación de un marco legal para el fomento de la inversión, regulación y control de actividades turísticas y conservación de atractivos turísticos naturales y culturales.
	2. AMBIENTAL Y GESTIÓN DE RIESGOS	2.1 Plan de contingencia frente a riesgos naturales. 2.2 Educación Ambiental.
CALIDAD, DESTINOS Y PRODUCTOS	3. DIVERSIFICACIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	3.1 Mejoramiento de facilidades turísticas. 3.2 Implementación de un Plan de Gestión Cultural para la salvaguarda del patrimonio cantonal y su aprovechamiento turístico sostenible. 3.3 Creación de productos turísticos innovadores en el cantón. 3.4 Apoyo al posicionamiento de la oferta turística cantonal.
	4. FORMACIÓN DE CAPACIDADES LOCALES	4.1 Generación de una unidad de asesoramiento técnico para la evaluación de futuros y actuales emprendimientos turísticos del Cantón

4.2 Diseño e implementación de un sistema de capacitación y profesionalización turística.

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

1. Programa: Coordinación intersectorial, seguridad ciudadana y políticas públicas

a. Descripción y justificación

Según las políticas nacionales, el implementar procedimientos de seguridad en los diferentes gobiernos seccionales, permite el pleno goce de los derechos de los ciudadanos, a convivir en un ambiente de tranquilidad, libre de violencia y/o factores que puedan amenazar a la integridad física, jurídica, patrimonial, psicológica y económica de los mismos. Así también, en el ámbito turístico, la seguridad constituye un instrumento muy importante para la paz y el entendimiento mutuo entre ciudadanos residentes y turistas. Por ello, los destinos deben ofrecer al turista y a la propia población entornos propicios que garanticen su seguridad y confort, ya que mantener la seguridad pública es un factor fundamental para la buena imagen o marca de un destino.

Por otro lado, la labor turística que se desarrolla en el cantón a través de las instituciones públicas destinadas para este ámbito, carecen de espacios de interacción permanente con el sector privado y comunitario, con el fin de coordinar y planificar actividades que favorezcan el óptimo aprovechamiento de sus recursos, lo cual ha generado diversas perspectivas y malos entendidos sobre su (instituciones públicas). Por tal motivo, se ha visto conveniente crear espacios de diálogo entre los involucrados de la actividad turística, en los cuales se analicen los problemas y/o dificultades que surgen desde cada uno de estos sectores, se forjen compromisos y se analicen posibles soluciones que contribuyan al alcance de logros importantes para el desarrollo del turismo sostenible del cantón.

Actualmente, entre las principales falencias que se presentan para dicho desarrollo son: falta de inversión turística, falta de regulación y control de actividades turísticas, contaminación de espacios naturales y urbanos, entre otros. Por consiguiente, crear un marco legal (ordenanzas) facilitará la planificación, el fomento y el ordenamiento del crecimiento de la industria turística basada en los ejes de sostenibilidad.

b. Objetivos

- 1) Garantizar el desplazamiento y la estancia en condiciones de seguridad a la demanda que arriba al cantón, mediante el conocimiento de medidas de prevención de delito y seguridad ciudadana.
- 2) Fortalecer la gestión turística en coordinación con los actores de la cadena de valor del turismo, mediante la coordinación permanente entre instituciones, organizaciones y/o actores afines.
- 3) Generar espacios de concertación intersectorial a nivel cantonal para el desarrollo turístico.
- 4) Establecer lineamientos legales que faciliten la planificación, el fomento y el ordenamiento de la industria turística bajo la visión del desarrollo sostenible.

c. Metas

- 1) En el año 2020, se cuenta con un espacio de concertación intersectorial para el desarrollo turístico sostenible del cantón.
- 2) En el año 2020, se cuenta con un marco legal para la regulación y control de actividades turísticas, fomento a la inversión y conservación del patrimonio natural y cultural.
- 3) En el año 2021, se cuenta con estrategias de seguridad ciudadana para garantizar la seguridad de la población y turistas que visitan el cantón.

d. Marco lógico del proyecto 1.1 Estrategia cantonal de seguridad ciudadana para el fomento turístico

Tabla VII-52: Proyecto 1.1 Estrategia cantonal de seguridad ciudadana para el fomento turístico.

PROYECTO 1.1. ESTRATEGIA CANTONAL DE SEGURIDAD CIUDADANA PARA EL FOMENTO TURÍSTICO			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: La ciudadanía en general, actores del sector turístico, visitantes y/o turistas que llegan al cantón.			
DURACIÓN DEL PROYECTO: cinco años.		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO: \$ 62.900,00	
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN El cantón Mera es un destino seguro que garantiza la integridad física y psicológica de sus pobladores y turistas.	En el año 2021, al menos el 75% de los turistas que visitan el cantón Mera, opinan que es un destino seguro.	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas de satisfacción. • Informes técnicos. 	Los actores del sector turístico, las autoridades cantonales y la ciudadanía en general, se han comprometido para lograr el desarrollo de la actividad turística en ambientes que garanticen seguridad para sus pobladores, turistas o visitantes.
PROPÓSITO Implementar estrategias de seguridad ciudadana que contribuyan al orden público y a la seguridad de la población y los turistas que visitan el cantón.	Al finalizar el año 2021, se ha reducido en un 90% las denuncias por actos delictivos y casos de emergencias por parte de los ciudadanos y turistas.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de gestión de seguridad ciudadana. • Medios informativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La ciudadanía y en especial los empresarios turísticos están motivados y comprometidos en colaborar con las autoridades en las iniciativas de seguridad para la población y turistas. • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias que permiten la ejecución del proyecto.

<p>COMPONENTES</p> <p>C1. Incorporar sistemas de comunicación para casos de emergencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A finales del segundo semestre del 2020, se han incorporado dos sistemas de comunicación de tipo informático y físico para casos de emergencia, considerando: -En el primer año de operación (2020), se ha implementado el sistema de alarmas comunitarias y al menos el 80% de la población del cantón Mera, ha incorporado a sus sistemas de comunicación, la aplicación móvil ECU-911. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. • Actas de compromisos levantadas en las asambleas comunitarias. • Contrato del servicio de seguridad por alarmas comunitarias. • Aplicación móvil ECU-911. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias que permiten la ejecución del proyecto. • La ciudadanía, conoce, difunde y utiliza de forma adecuada y oportuna el sistema de comunicación para responder de forma inmediata frente a situaciones de emergencia
<p>C2. Campañas de sensibilización de seguridad ciudadana en lo referente a prevención y combate de la trata infantil y el abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Al finalizar el año 2020, se han ejecutado dos campañas de sensibilización sobre temas de seguridad ciudadana y turística. -En el segundo trimestre del año 2020, se realiza una campaña de sensibilización sobre la estrategia de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en los viaje y turismo, dirigido a estudiantes, padres de familia y maestros del sistema de educación básica y media. -En el tercer trimestre del año 2020, se realiza una campaña de 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos de planificación de la campaña de sensibilización. • Registro de participación ciudadana. • Contrato para impresión de material de difusión para las campañas. • Acta de entrega recepción de material publicitario impreso y digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias que permiten la ejecución del proyecto. • Un técnico especializado coordina la ejecución adecuada de las actividades de sensibilización del presente proyecto. • Predisposición de la ciudadanía a colaborar por la seguridad del cantón.

	seguridad turística dirigida a empresarios del sector turístico.		
C3. Gestión para la ampliación de vigilancia policial en zonas y atractivos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • El 95% de los sectores del cantón que receptan turistas, disponen de 1 sistema de patrullaje permanente durante el año 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico (Diagnóstico situacional). • Hoja de ruta del servicio de patrullaje. • Informes de monitoreo y control. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Mera, facilitará las condiciones logísticas para la coordinación de actividades a desarrollar en conjunto con la ciudadanía y Policía Nacional (policía comunitaria).
C4. Medidas de prevención para disminuir situaciones de riesgos en grupos vulnerables.	<ul style="list-style-type: none"> • Al finalizar el primer cuatrimestre del año 2020, se cuenta con un diagnóstico situacional de los grupos en condiciones de vulnerabilidad social. • Al iniciar el segundo semestre del año 2020, se cuenta con medidas preventivas que minimizan las situaciones de riesgo de la población juvenil en condiciones de vulnerabilidad social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico (diagnóstico y medidas de prevención). 	<ul style="list-style-type: none"> • La población juvenil del cantón Mera, está dispuesta a participar de forma permanente en las actividades previstas que el GAD Municipal propone. • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias que permiten la ejecución del proyecto.

ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
C1.A1 Análisis situacional sobre la seguridad ciudadana del cantón Mera, socialización de resultados y propuesta de un sistema de alarmas comunitarias con los beneficiarios, presidentes barriales e instituciones vinculantes como: la Policía Nacional (policía comunitaria) y bomberos.	500,00
C1.A2 Elaboración del estudio técnico para el funcionamiento y operación de las alarmas comunitarias y su implementación, considerando:	20.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de equipos y presupuesto - Adquisición de los equipos del sistema de alarmas comunitarias. - Instalación del sistema de gestión y control de alarmas comunitarias e inicio de prueba post instalación. 	
C1.A3 Ejecutar talleres participativos para el conocimiento público del sistema de alarmas comunitarias y comunicación móvil ECU 911. La planificación y ejecución de los talleres tomará en cuenta:	1.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Preparación de contenidos, temáticas y material logístico para brindar capacitaciones. - Estructura de los cronogramas de capacitación. - Ejecución de los talleres por sectores (ciudadanía y empresarios del sector turístico) 	
C1.A4 Evaluar el impacto que genera el proyecto en la población beneficiada.	300,00
C2.A1 Diagnóstico de la problemática sobre la trata infantil y el abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes en viajes por turismo.	500,00
C2.A2 Firma de un convenio y/o gestión con instituciones u organizaciones vinculantes al tema para asesoría en elaboración de material de difusión y posterior desarrollo de talleres sobre prevención y combate de la trata infantil y el abuso sexual contra niños, niñas y adolescentes en viajes por turismo.	500,00
C2.A3 Elaboración de material de difusión (impreso y audiovisual). Considerando:	5.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Diseño e impresión de 47 pósteres publicitarios para establecimientos turísticos y sitios estratégicos del cantón. - Diseño de dos tipos de guías de prevención alusivo al tema, para el sector educativo y prestadores de servicios turísticos. - Diseño y difusión de material audiovisual dirigido para prestadores de servicios turísticos, a través de medios de comunicación como: redes sociales y página web del municipio. 	1.000,00

C2.A4 Ejecución de talleres de sensibilización sobre explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en los viajes por turismo u otras circunstancias. Para lo cual se contempla lo siguiente:	
- Identificación de actores: Policía Nacional (policía comunitaria), fundaciones de apoyo y Ministerio de Turismo.	
- Estructura del cronograma para la ejecución del taller.	2.000,00
- Ejecución de los talleres por sectores (educativo y prestadores de servicios turísticos).	
C2.A5 . Desarrollo de campañas radiales dirigido para el sector educativo, considerando:	
- Contrato de los servicios de difusión de una radio local para la transmisión de mensajes de prevención sobre explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en viajes por turismo.	300,00
- Gestión para la apertura de un espacio de programación radial para tratar el tema.	
C2.A6 Evaluar el impacto de las campañas de sensibilización.	
C3.A1 Realizar un diagnóstico situacional en seguridad sobre los espacios públicos y sitios de interés turístico del cantón, en coordinación con el Comando Cantonal de Policía de Mera.	500,00
C3.A2 En coordinación con la Dirección Nacional de Servicio Urbano y Rural de la Policía Nacional (policía comunitaria), analizar las condiciones ideales para la ampliación de patrullajes a los sectores analizados que requieren mayor asistencia policial.	200,00
C3.A2 Disponer de una hoja de ruta y horarios del patrullaje de control y seguridad para el cantón Mera.	0,00
C4.A1 En alianza con una institución de educación superior, investigar el porcentaje de población joven del cantón con riesgo de pertenecer a grupos delincuenciales u otros. Así como los factores que inciden en este riesgo y socializar los resultados.	200,00
C4.A2 Elaboración y aprobación de actividades participativas para distintos grupos juveniles.	500,00
La propuesta contemplará:	
• Talleres permanentes como estrategias preventivas relacionadas con educación extraescolar, en función de los siguientes ejes temáticos:	
- Artes: teatro, música, pintura, elaboración de títeres, danza ancestral y contemporánea.	
- Cultura: recuperación de saberes (centros artesanales), talleres de lectura, de literatura, de narración de cuentos y leyendas.	

<ul style="list-style-type: none"> - Ambiente: club ecológico. - Ciencia: experimentos y talleres de robótica. • Presupuesto de materiales e insumos. • Cronograma de ejecución. • Procesos de inscripción. • Estructura orgánica y administrativa • Manejo operativo • Mecanismo de evaluación del nivel de impacto de los talleres impartidos. 		
C4.A3	Ejecución de la propuesta.	30.400,00
TOTAL		62.900,00

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

e. Marco lógico del proyecto 1.2. Generación de espacios de concertación intersectorial a nivel cantonal

Tabla VII-53: Proyecto 1.2. Generación de espacios de concertación intersectorial a nivel cantonal.

PROYECTO 1.2. GENERACIÓN DE ESPACIOS DE CONCERTACIÓN INTERSECTORIAL A NIVEL CANTONAL			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Actores involucrados en el sector turístico, población del cantón Mera			
DURACIÓN DEL PROYECTO: 1 año.		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO: \$ 60.720,00	
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS (mide los resultados alcanzados por la gestión)
FIN			
Impulsar el desarrollo del turismo sostenible en el cantón Mera, mediante la cooperación y planificación intersectorial coordinada.	En el año 2021, el 80% de actores turísticos del cantón conoce los resultados de la gestión turística realizada por las instituciones públicas.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de gestión 	Los resultados alcanzados a través de las gestiones realizadas por las instituciones del sector público para el fortalecimiento de la actividad turística a nivel cantonal son positivos.
PROPÓSITO			
Contar con un espacio de concertación intersectorial que permitan la planificación y ejecución de actividades turísticas sostenibles.	En el primer semestre del año 2020, se crea un espacio de concertación multisectorial con participación pública, privada y comunitaria, estableciendo al menos 4 ejes de trabajo que sean de interés colectivo y que cuenten con presupuesto.	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de asistencia • Actas de reuniones. 	El espacio de concertación se institucionaliza, cuenta con presupuesto y articula los tres sectores de desarrollo turístico y se encuentre funcionando permanentemente
COMPONENTES			
C1. Diagnóstico de necesidades de intervención por sectores.	En el primer bimestre del año 2020, se ha identificado al menos un 50% de las necesidades de	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas de diálogo político. • Acta de reuniones 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias.

C2. Definir la estrategia de intervención y la estructura de operación del Espacio de Concertación.	<p>intervención en el sector turístico por cada ámbito de interés.</p> <p>Al finalizar el primer semestre del año 2020, se establece la estructura organizativa y operativa del espacio de concertación y se definen al menos 4 proyectos participativos que respondan a los objetivos y enfoque del Espacio de concertación creado para ser ejecutados en los próximos 3 años.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de participantes. • Documento de planificación • Acta de acuerdos y compromisos. 	<p>Los involucrados en el sector turístico participan activa y responsablemente en el establecimiento y aplicación de los acuerdos y compromisos mutuos asumidos.</p>
ACTIVIDADES	PRESUPUESTO		
C1.A1 Mapeo de actores interesados a participar en torno a la problemática identificada y posteriormente socializada.			
C1.A2 Revisión de la normativa vigente para la creación del espacio de concertación multisectorial			
C1.A3 Caracterizar la situación actual en torno a la problemática identificada y determinar una base mínima de indicadores en función del enfoque y los objetivos de creación del Espacio de Concertación, los ámbitos de injerencia y la modalidad de turismo que se desee trabajar.			
C1.A4 Institucionalización del espacio de concertación.			
C2.A1 Diseño organizacional del sistema de concertación que permita alcanzar los objetivos propuestos y utilizar eficiente y eficazmente los recursos. Para ello se considera:			
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de equipos de trabajo para conformar la base de actores. - Tipo de asociación. - Cobertura territorial. - Situación legal. - Forma de inversión. - Financiamiento. - Planificación estratégica o priorizada (proyectos de intervención). - Planificación operativa de corto plazo. 			

C2.A1 Contratar a un profesional en ecoturismo y/o turismo (al año), para proporcionar el soporte técnico para el funcionamiento del espacio de concertación.	21.120,00
C2.A2 Monitoreo y evaluación del cumplimiento de la estrategia.	10.000,00
TOTAL	60.720,00

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

f. Marco lógico del proyecto 1.3. Creación de un marco legal para el fortalecimiento de la actividad turística cantonal

Tabla VII-54: Proyecto 1.3 Creación de un marco legal para el fortalecimiento de la actividad turística cantonal

PROYECTO 1.3. CREACIÓN DE UN MARCO LEGAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CANTONAL			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Empresarios del sector turístico, pobladores del cantón Mera y turistas que visitan el cantón.		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO: \$ 7.732,00	
DURACIÓN DEL PROYECTO: 1 año.			
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
Contar con políticas públicas que garanticen el crecimiento del sector turístico del cantón.	Al finalizar el año 2022, al menos un 75% de los involucrados se han beneficiado de la aplicación de la normativa creada.	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenanza. • Registro oficial del cuerpo legal. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mera cuenta con acuerdos firmados con los representantes del sector turístico para la aplicación de ordenanzas. • Los actores involucrados cumplen la normativa.
PROPÓSITO			
Formular ordenanzas que favorezcan el desarrollo sostenible de la actividad turística en el cantón Mera.	A partir del año 2021: <ul style="list-style-type: none"> - Se regula el 100% de las actividades turísticas desarrolladas en el cantón. - Al menos el 75% del territorio de uso turístico se encuentra conservado y, - Se han formulado al menos 2 proyectos de inversión amparados en el marco de las ordenanzas municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenanza. • Perfiles de proyectos. • Informes técnicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • El sector turístico cantonal participa activamente en la construcción y aplicación de las ordenanzas. • El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mera, cuenta con partidas presupuestarias para la implementación de los proyectos.

COMPONENTES			
C1. Elaboración participativa y aprobación del conjunto de ordenanzas para la gestión sostenible de la actividad turística cantonal.	Durante el año 2020, la mesa de concertación intersectorial en coordinación con el GAD municipal, formulan y aprueban un conjunto de ordenanzas para normar y regular el desarrollo turístico a nivel cantonal.	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de ordenanzas. • Registros de asistencia. • Ordenanzas aprobadas. • Informes técnicos. 	Las ordenanzas son aprobadas y socializadas a los actores que interviene en la actividad turística.
C2. Implementación de la normativa y evaluación de los resultados.	Al finalizar el año 2021, al menos un 70% de las nuevas iniciativas turísticas se han desarrollado según la normativa turística implementada.	<ul style="list-style-type: none"> • Documento impreso y digital. • Acuerdos firmados. • Registros de asistencia. • Informe de resultados, monitoreo y evaluación. 	El Consejo Cantonal de Mera implementa las ordenanzas propuestas evaluando periódicamente los resultados de su aplicación.
ACTIVIDADES			PRESUPUESTO
C1.A1 Análisis de actores público, privado y comunitario para la formulación de las ordenanzas en los ámbitos turístico, ambiental y cultural a través de la mesa intersectorial cantonal.			200,00
C1.A2 Contratar un profesional en leyes.			2.632,00
C1.A3 Planificación y ejecución de talleres participativos, donde se encuentren representantes de los tres sectores (público, privado y comunitario) vinculados en la actividad turística para la construcción de las siguientes ordenanzas:			2.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Conservación del patrimonio natural y salvaguardia de patrimonio cultural de uso turístico. - Fomento a la inversión en el sector turístico. - Regulación y control: normas de seguridad, inclusión y calidad en establecimientos turísticos y servicios complementarios. - Protección a los consumidores de servicios turísticos. 			
C1.A4 Formulación y presentación de una propuesta de ordenanza dirigida al Alcalde para autorizar el debido trámite:			2000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración del informe por la comisión de legislación según las observaciones de los concejales (primer debate) y la asesoría de especialistas en el tema. 			

<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo del segundo debate, en el cual, se realiza la consulta pre legislativa de ser necesario. - Elaboración del informe de conformidad emitido por la asamblea cantonal y aprobación de la ordenanza por el concejo municipal. - Remisión de la aprobación de la ordenanza al ejecutivo municipal para que la sancione u observe y posterior certificación y publicación según corresponda (gaceta oficial municipal, web municipal o Registro Oficial). 	
C2.A1 Socialización de la ordenanza.	450,00
C2.A2 Establecer mecanismos de monitoreo y evaluación de resultados.	450,00
TOTAL	7.732,00

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

g. Presupuesto del programa

Tabla VII-55: Resumen del presupuesto del Programa Coordinación Intersectorial, Seguridad Ciudadana y Políticas Públicas.

N°	PROYECTO	PRESUPUESTO
1.1	Estrategia Cantonal de Seguridad Ciudadana para el Fomento Turístico	\$ 62.900,00
1.2	Generación de Espacios de Concertación intersectorial a nivel cantonal.	\$ 60.720,00
1.3	Creación de un Marco Legal para el fomento de la actividad turística cantonal.	\$ 7.732,00
TOTAL		\$131.352,00

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

h. Responsables

- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera.
- Ministerio de Turismo.
- Comando Cantonal de Policía (Policía Comunitaria).
- Prestadores de servicios turísticos y ciudadanía en general.
- Organismos de cooperación.

i. Cronograma de ejecución

Tabla VII-56: Cronograma del programa de Seguridad Ciudadana.

N°	AÑO 2020				AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023				AÑO 2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.1		X	X	X																
1.2	X	X																		
1.3	X	X	X	X	X	X	X	X												

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

j. Posibles instituciones de financiamiento

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Mera.
- Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social.
- Ministerio del Ambiente.
- Ministerio de Cultura.

2. Programa: Ambiental y gestión de riesgos

a. Breve descripción y justificación

El territorio del cantón Mera cuenta con una exuberante vegetación, fauna diversa y fuentes hídricas de alta calidad, permitiendo una serie de servicios ambientales a la población. Por este y otros motivos, parte del territorio del cantón, pertenece al corredor ecológico Llanganates-Sangay, siendo esta zona declarada como "Regalo para la Tierra" por el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF por sus siglas en inglés). Además, se han declarado tres áreas protegidas consideradas bajo la categoría de Bosques Protectores, como son: La Cordillera Abitagua, Moravia y Jawa Jee, cuya prioridad de gestión para su conservación por parte del Ministerio del Ambiente del Ecuador es media y el nivel de conciencia ambiental de la mayoría de la población del cantón es bajo, puesto que son evidentes los problemas como: el mal manejo de desechos sólidos y líquidos en la población, provocando la contaminación de sus ríos y otros recursos naturales. Por ello, es necesaria la elaboración y ejecución de un proyecto de educación ambiental que amparado en la legislación pertinente, permita la regulación y priorización de la conservación de la biodiversidad y sus componentes.

Por otra parte, la intensidad de las lluvias y la diversidad de cuencas hídricas que caracterizan esta zona, ha provocado que los poblados que se encuentran cercanos a estas, se vean seriamente afectados por las inundaciones que causan las pérdidas de cultivos, amenazas a sus embarcaciones fluviales y otras actividades que realicen junto a los ríos. Por ello, es necesario elaborar un plan de contingencia que permita, mejorar las capacidades institucionales y de la población en el manejo de riesgos y reducción de la vulnerabilidad ante desastres naturales, sin dejar de lado otros eventos peligrosos que podrían amenazar la seguridad de la población en el cantón, como son: sismos, deslizamientos, así como acontecimientos peligrosos provocados por el hombre.

b. Objetivos

- 1) Establecer propuestas de solución que permitan intervenir en las situaciones de riesgo detectadas en el cantón.
- 2) Definir mecanismos de seguimiento y evaluación del plan de contingencia, garantizando su institucionalización y continuidad en el futuro.
- 3) Elaborar un programa de educación ambiental que tienda a generar conciencia sobre la importancia de conservar el patrimonio natural del cantón.

c. Metas

- 1) En un año se cuenta con un programa de educación ambiental.
- 2) En el año 2020 se cuenta con un plan de contingencia frente a desastres naturales y antrópicos.

d. Marco lógico del proyecto 2.1. Educación Ambiental

Tabla VII-57: Proyecto 2.1. Educación Ambiental.

PROYECTO 3.1. EDUCACIÓN AMBIENTAL			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Población del cantón Mera.		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO: \$ 38.600,00	
DURACIÓN DEL PROYECTO: 1 año			
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Crear conciencia sobre el cuidado del ambiente en la población del cantón Mera.	En un año, al menos el 25% de la población conoce y aplica buenas prácticas de cuidado ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de control y monitoreo. 	La población meta participa activamente en la resolución de problemas ambientales.
PROPÓSITO Elaborar e implementar un programa de educación ambiental.	Al finalizar el año 2021, se han generado y aplicado al menos 5 iniciativas de educación ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico • Documento de la planificación del programa. 	El GAD Municipal del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y recibe apoyo técnico y financiero de instituciones públicas u organismos de cooperación.
COMPONENTES C1. Campaña de concienciación ecológica.	En el año 2020, participa un 40% de la población en las actividades planificadas para el cuidado ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico. • Documento de planificación. • Lista de participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • La población participa activamente y con entusiasmo de forma permanente de las actividades planificadas. • El GAD Municipal del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias

			y recibe apoyo técnico y financiero de instituciones públicas u organismos de cooperación.
C2. Estructuración e implementación de un club ecológico juvenil.	En el año 2020, al menos un 25% de la población juvenil del cantón forma parte de un club ecológico.	<ul style="list-style-type: none"> • Documento digital e impreso de la planificación del club. • Lista de participantes • Convenios de participación. • Informes de control y monitoreo. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias. • Se cuenta con el interés y participación del grupo meta.
C3 Implementación de huertos agroecológicos escolares	En el año 2021, al menos un 75% de las instituciones educativas implementa un huerto ecológico.	<ul style="list-style-type: none"> • Documento digital e impreso de la planificación del club. • Lista de participantes • Convenios de participación. • Informes de control y monitoreo. 	<ul style="list-style-type: none"> • La población participa activamente de las actividades planificadas. • El GAD Municipal del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y recibe apoyo técnico y financiero de instituciones públicas u organismos de cooperación.
C4 Acciones de conservación del bosque húmedo tropical del cantón Mera para preservar la biodiversidad y fuentes de agua.	En el año 2021, se implementan al menos 3 prácticas participativas de conservación de bosques y microcuencas hídricas del cantón.	<ul style="list-style-type: none"> • Documentación técnica. • Informes de inspección seguimiento y evaluación 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias. Se cuenta con el interés y participación activa de la población.
C5 Implementación de bionegocios de producción de suministros orgánicos de limpieza y aseo personal.	A finales del año 2021, se desarrollan al menos 2 productos orgánicos en base a plantas nativas de la zona.	<ul style="list-style-type: none"> • Documentación técnica. • Informes técnicos. • Lista de participantes. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias. Se cuenta con el interés y participación activa de la población.

ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
C1.A1 Definición de los objetivos de la campaña e identificación de involucrados para posterior elaboración de un cronograma de actividades en el cual se contemplen las siguientes:	500,00
<ul style="list-style-type: none"> - Programas radiales sobre el cuidado y protección del medio ambiente. - Concurso escolar al mejor álbum fotográfico de Mera con temas ambientales. - Concurso para premiar al barrio más limpio y atractivo en las festividades del cantón. - Sistema de premiación a establecimientos turísticos que hayan implementado buenas prácticas ambientales en sus sistemas de gestión administrativa y operativa durante un año. - Limpieza de senderos y riveras de los ríos o fuentes de agua por el día de la Tierra para promover el cuidado ambiental. 	
C1. A3 Gestión del presupuesto para la ejecución de las actividades.	800,00
C1.A4 Implementación de la campaña.	3.000,00
C1.A5 Evaluar los procesos y resultados implementados.	200,00
C2.A1 Determinar los problemas y las soluciones ambientales locales a ser desarrollados e identificar el público meta (estudiantes de primaria y/o secundaria).	200,00
C2.A2 Elaborar un cronograma de actividades lúdico recreativas, en el cual se establezcan estrategias de comunicación para transmitir el mensaje en el desarrollo de actividades tales como:	300,00
<ul style="list-style-type: none"> • Dramatizaciones y títeres. • Salidas ecológicas. • Lecturas. • Técnicas grupales. • Siembra de especies nativas para la construcción de espacios verdes. 	
C2.A3 Establecer un mecanismo de gestión para el manejo del club ecológico.	200,00
C2.A4 Implementar el club ecológico.	200,00
C2.A5 Evaluar los procesos y resultados para determinar e implementar cambios en el caso que sea necesario.	200,00

C3.A1 Convocar y realizar una reunión con las autoridades, docentes y padres de familia de las escuelas del cantón, con la finalidad de conformar un comité para el huerto escolar e identificar instituciones u organizaciones afines de apoyo.	50,00
C3.A2 Elaboración del Plan de trabajo, el cual comprenderá:	250,00
<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos. - Actividades. - Organización. - Recursos. - Cronograma. 	
C3.A3 Evaluación de recursos existentes en el centro educativo. Los cuales pueden ser:	200,00
<ul style="list-style-type: none"> - Terreno disponible. - Disponibilidad de agua. - Herramientas (azadón, palas, mangueras); Materiales (tierra negra, materia orgánica, arena); Insumos (semillas insecticidas orgánicos, abono orgánico) y; una bodega para guardar los mismos. 	
C3.A4 Implementación del huerto. Considerando:	200,00
<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las condiciones del terreno seleccionado. - Preparación del terreno y cercado del huerto escolar. - Limpieza del terreno, incorporación de materia orgánica y desinfección del suelo. - Elaboración de sustratos y abonos orgánicos. - Selección de plantas y semillas a establecer en el huerto escolar. - Preparación de semilleros, áreas y sistemas de siembra. 	
C3.A5 Establecer labores de mantenimiento mediante: técnicas de riego, poda, control de cultivos, control de plagas a través insecticidas y fungicidas orgánicos elaborados por los participantes.	200,00
C4.A6 Establecer una ficha de registro de actividades, con la finalidad de sintetizar lecciones aprendidas.	200,00

C4.A1 Estudio participativo sobre la calidad del agua y fuentes de contaminación de los ríos que atraviesan el cantón, para su posterior aprovechamiento en la práctica de deportes de aventura. Para lo cual se considera:	10.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de involucrados. - Talleres participativos para conformar el equipo responsable del estudio. - Elaboración del plan de trabajo del equipo y comisiones. Considerando: <ul style="list-style-type: none"> • Caracterización de las poblaciones que viven junto a microcuencas e identificación de sus necesidades, problemas y demandas. • Identificación de puntos de monitoreo, características y factores de contaminación. • Toma y análisis de muestras. • Socialización de resultados mediante talleres participativos. 	10.000,00
C4.A2 Estudio participativo sobre las poblaciones de especies faunísticas como indicadores de la calidad de los ecosistemas del cantón Mera y posterior aprovechamiento para realizar turismo científico.	
<ul style="list-style-type: none"> - Crear alianzas estratégicas con instituciones de educación superior, instituciones públicas y organizaciones afines que brinden apoyo para realizar el estudio. - Conformar el equipo de trabajo y elaborar un cronograma de actividades participativo. - Monitoreo de las actividades. - Socialización de resultados a través de talleres participativos y estructuración de medidas de conservación según el estudio realizado. 	5.000,00
C4.A3 Forestación y reforestación con especies nativas para la protección de las microcuencas del cantón y conservación de la biodiversidad.	
<ul style="list-style-type: none"> - Análisis e identificación de zonas idóneas para la forestación y reforestación. - Elaboración de un cronograma de trabajo. - Adquisición de especies de flora nativa. - Ejecución del proceso de forestación y reforestación. 	200,00
C4.A4 Evaluación de resultados.	

C5.A1 Investigación sobre el uso social de las plantas medicinales a través de un estudio etnobotánico y posterior identificación de oportunidades de negocio y grupo interesado en participar del mismo.	10.000,00
C5.A2 Determinar las oportunidades de mercado para las oportunidades de negocios detectadas.	200,00
C5.A3 Establecer la propuesta técnica de elaboración de productos de conformidad con las oportunidades del mercado, generando valor agregado.	500,00
C5.A4 Elaborar el modelo de gestión administrativo, económico y financiero del negocio.	500,00
TOTAL	38.600,00

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

e. Marco lógico del proyecto 2.2. Plan de contingencia frente a riesgos naturales

Tabla VII-58: Proyecto 2.2. Plan de contingencia frente a riesgos naturales y antrópicos.

PROYECTO 2.2. PLAN DE CONTINGENCIA FRENTE A RIESGOS NATURALES Y ANTRÓPICOS			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Población del cantón Mera, empresarios del sector turístico privado y comunitario y turistas.			
DURACIÓN DEL PROYECTO: 1 año		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO:	
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
Mejorar las capacidades institucionales y de prestadores de servicios turísticos en el manejo de riesgos.	A finales del año 2020, el 80% del personal de las instituciones del sector público y establecimientos turísticos del sector privado conocen los procedimientos de respuesta frente a desastres naturales y antrópicos identificados como amenazas para el cantón.	<ul style="list-style-type: none"> • Agenda de talleres. • Registro fotográfico • Registro de asistentes. • Informes técnicos acerca de capacitaciones y simulacros. 	El personal de las instituciones del sector público y establecimientos turísticos participan activamente en simulacros sobre manejo de riesgos.
PROPÓSITO			
Elaborar un plan de contingencia frente a desastres naturales y antrópicos.	Al finalizar el primer semestre del año 2020, se cuenta con un plan de contingencias frente a desastres naturales y antrópicos que toma en cuenta el sector turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Documento digital e impreso del plan de contingencia frente a desastres naturales y antrópicos. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera gestiona el desarrollo del Plan de Contingencia en coordinación con la SGR.
COMPONENTES			
C1. Estructuración e implementación de un Plan de	Para el segundo trimestre del año 2020 se cuenta con protocolos de respuesta para 3 tipos de amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico. • Cartografía del escenario de riesgos 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y

Respuesta frente a desastres naturales	prioritarias identificadas en el cantón Mera.	<ul style="list-style-type: none"> • Cronograma de actividades institucional y comunitario. • Plan. • Plan de emergencias para establecimientos turísticos. • Informe técnico. 	personal técnico capacitado para la elaboración del plan.
C2. Estructuración e implementación de un plan de emergencias para establecimientos turísticos.	Al finalizar el año 2020, al menos el 75% de prestadores de servicios turísticos del cantón conoce y maneja el plan de emergencias.		<p>El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera gestiona el desarrollo de planes de emergencia para establecimiento turísticos en coordinación con la SGR y el MINTUR.</p> <p>Los prestadores de servicio turísticos participan activamente en la elaboración del plan y realizan simulacros con su personal.</p>
ACTIVIDADES			
C1.A1 Elaboración del plan, considerando:	<ul style="list-style-type: none"> - Conformación del equipo y coordinador de la construcción del Plan - Identificación de escenarios y amenazas. Diagnóstico de la situación (identificación de las condiciones de vulnerabilidad por factores: físicos, económicos, sociales, de gestión comunitaria y organizacional). - Generación de mecanismos estratégicos para la Respuesta – Metodología de construcción del Plan. Enlace por áreas, componentes y acciones de respuesta de la SNDGR. - Priorización de las amenazas. - Análisis del Marco legal y Normativo vigente. - Determinación de alcance, cobertura, objetivos y determinación de prioridades operativas para la respuesta. - Análisis de recursos, identificación y necesidad de información para la construcción para la preparación, revisión y aprobación del plan. 		PRESUPUESTO
			1.500,00
C1.A2 Establecimiento de un sistema de relaciones entre funciones, personas, recursos y definición de los componentes para la dirección del plan.			300,00
C1.A3 Establecer mecanismos de monitoreo, supervisión, auditoría y evaluación final.			200,00

C1.A4 Socialización del plan de contingencias oficial a todos los organismos, instituciones cantonales y establecimientos turísticos y posterior realización de simulacros para verificar que los objetivos, decisiones y acciones empleadas sean las contenidas y delineadas en el Plan, para lograr una respuesta efectiva con instituciones educativas y prestadores de servicios turísticos.	1.200,00
C1.A5 Revisión y/o actualización anual del plan según las circunstancias lo ameriten.	200,00
C2.A1 Definir los objetivos del plan, en garantía de la seguridad humana (clientes y personal); protección de los bienes del establecimiento; continuidad de las actividades y comunicación de cómo actuar ante una emergencia.	200,00
C2.A2 Establecer la organización de los integrantes que conformarán la brigada de control de emergencias.	150,00
C2.A3 Establecer protocolos de respuesta inmediata frente a casos de emergencia como: sismos e incendios. Considerando:	500,00
<ul style="list-style-type: none"> • Vías de evacuación señaladas en un plano, así como puntos de encuentro. • Tipos, medios y sistemas de comunicación internos y externos. • En el caso de emergencia por incendio, indicar la ubicación de los equipos de control de incendio. 	1.200,00
C2.A4 Realizar simulacros sobre los protocolos de respuesta ante emergencias (sismos e incendios) con los involucrados y definir recomendaciones a implementar al plan.	500,00
C2.A5 Establecer un plan de mantenimiento, monitoreo y control de materiales y equipos eléctricos y explosivos.	
TOTAL	\$5.950,00

f. Presupuesto del programa

Tabla 7VII-59: Resumen del presupuesto del Programa Ambiental y de Gestión de Riesgos.

N°	PROYECTO	PRESUPUESTO
4.1	Programa de Educación Ambiental	38.600,00
4.2	Plan de contingencia frente a desastres naturales y antrópicos	5.950,00
	TOTAL	44.550,00

Nota: Elaborado por Lily Lucio Reinoso, 2018.

g. Responsables

- Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del cantón Mera.
- Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Madre Tierra.
- Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Shell.
- Instituciones Educativas del cantón.
- Cuerpo de bomberos.
- Defensa civil.
- Dirección provincial de salud.
- Cruz roja.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social.

h. Cronograma de ejecución

Tabla 8VII-60: Cronograma del Programa Ambiental y Gestión de Riesgos

N°	AÑO 1 (2020)				AÑO 2 (2021)				AÑO 3 (2022)				AÑO 4 (2023)				AÑO 5 (2024)			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
3.1	X	X	X	X	X	X	X	X												
3.2	X	X	X	X																

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

i. Posibles instituciones de financiamiento

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mera
- Ministerio de Turismo
- Organismos de cooperación

3. Programa: Diversificación, promoción y comercialización de productos turísticos

a. Breve descripción y justificación

El cantón Mera, conserva diversos contrastes paisajísticos naturales y culturales, potenciales para ser transformados en atractivos turísticos, previa la dotación de señalética y mejoramiento de facilidades turísticas. Puesto que, este tipo de equipamiento, contribuye a la puesta en valor de su patrimonio natural y cultural, a impulsar su promoción, a mejorar la productividad del sector turístico y su conectividad, ya que, garantiza al turista y a los usuarios en general, recorridos más cómodos y seguros por las rutas turísticas del cantón.

Actualmente, se oferta actividades en las modalidades de turismo de naturaleza y aventura entorno a las cavernas del río Anzu; así también, turismo de relajación en los diques de sus principales ríos (Pindo y Tigre) y; turismo vivencial en algunas comunidades pertenecientes a las culturas: Quichua y Shuar. Sin embargo, la demanda turística en el cantón es baja, pese a nuevas y diversas opciones que se podrían generar en torno a sus cualidades paisajísticas naturales y pluriculturales. No obstante, para que exista un crecimiento turístico permanente, es necesario crear productos especializados y diferenciadores de otros destinos, tomando como referencia esencial la sostenibilidad y la innovación, la cual permitirá la generación de valor agregado en la operación de productos turísticos o implementación de estrategias de marketing, elementos esenciales dentro de la cadena de comercialización. De tal manera que, conviene el desarrollo de proyectos que apunten a la innovación de la oferta turística del cantón.

Considerando que, la planta turística, forma parte de esta oferta, constituye uno de los elementos claves para el desarrollo exitoso de un destino, según el nivel de gestión que se maneje, puesto que, necesariamente, se desarrollan en entornos de potencial turístico, la cual, cuenta con recurso humano que se encarga de su administración y operación, ya sea que lo realicen bajo estándares de calidad según criterios de sostenibilidad o se desconozcan de éstos, su aplicación, monitoreo y evaluación, dependerá de los lineamientos y estrategias proactivas que se determinen dentro de un sistema de gestión y control de calidad turística en los establecimientos que conforma la planta turística.

b. Objetivos

- 1) Diseñar e implementar un plan de señalética y mejoramiento de facilidades turísticas.
- 2) Diseñar un Plan de gestión para la salvaguardia del patrimonio cultural.
- 3) Diversificar los productos turísticos del cantón Mera, en función de la puesta en valor de su patrimonio natural y cultural, permitiéndole al turista ampliar su tiempo de estadía en el cantón Mera.
- 4) Incrementar el flujo de demanda turística y por ende el aumento de ingresos económicos para la población local, mediante estrategias de posicionamiento de la oferta turística del cantón.

- 5) Perfeccionar la calidad de la experiencia del turista, a través de un sistema de gestión y control de la calidad de la oferta turística del cantón.

c. Metas

- 1) En el año 2021 se instalan facilidades turísticas en el cantón.
- 2) En 3 años se cuentan con siete nuevos productos turísticos.
- 3) En el año 2020, se impulsan estrategias que promueven la salvaguardia del patrimonio cultural.
- 4) En el año 2022, se incorporan estrategias de mercadeo para el posicionamiento del cantón Mera.

d. Marco lógico del proyecto 4.1. Mejoramiento de señalética turística y mejoramiento de facilidades turísticas.

Tabla VII-61: Proyecto 4.1. Mejoramiento de señalética turística y mejoramiento de facilidades turísticas.

PROYECTO 4.1. MEJORAMIENTO DE FACILIDADES TURÍSTICAS			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Empresarios involucrados en el sector turístico, población del cantón Mera y turistas que llegan al cantón.			
DURACIÓN DEL PROYECTO: 1 año.		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO: 1'567.810,41	
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
Garantizar experiencias de calidad al turista en función de garantizar su seguridad, comodidad, orientación e información.	A finales del año 2021, el 90% de los atractivos han sido dotados de facilidades turísticas adecuadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos • Informes de control y monitoreo • Fotografías 	Se ha instalado satisfactoriamente las facilidades turísticas en los sitios de vista, éstas se encuentran a disposición de los turistas nacionales e internacionales.
PROPÓSITO			
Contar con un adecuado sistema de facilidades turísticas a nivel cantonal.	A mediados del año 2021, se han instalado al menos 4 tipos de facilidades turísticas en el 90% de los atractivos turísticos del cantón.	<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnicos • Acta de entrega recepción. • Fotografías. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto.
COMPONENTES			
C1. Adecuación y equipamiento de facilidades turísticas al complejo de Cavernas del río Anzu.	En el año 2021, el complejo de cavernas cuenta al menos con: <ul style="list-style-type: none"> • 1 sendero interpretativo de 4,5 kilómetros. • 1 torre de observación de aves. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico. • Diseño arquitectónico y de ingeniería. • Cumplimiento de los ICO • Licencia ambiental. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Fátima y el Ministerio de Turismo, trabajan mancomunadamente para la implementación de las facilidades e infraestructura

	<ul style="list-style-type: none"> • 7 pictogramas que detallan las actividades turísticas que se pueden desarrollar en el lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acta de entrega recepción. • Fotografías. 	
C2. Adecuación del sendero del río Alpayaku.	<p>En el año 2021, el sendero del río Alpayaku, cuenta al menos con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 puente entablado. • 1 estación de sombra y descanso. • 13 facilidades constituidas por señalización y señalética turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnicos • Acta de entrega recepción. • Fotografías. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto.
C3. Implementación de un centro de interpretación cultural en la comunidad Puerto Santa Ana.	En el año 2021, se diseña un centro de interpretación de las 4 culturas que cohabitan en la comunidad Puerto Santa Ana.	<ul style="list-style-type: none"> • Documento digital e impreso del diseño. • Acta de entrega recepción. • Fotografías. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto.
C4. Implementación de un sistema de señalética y señalización turística para el cantón.	A finales del año 2021, se ha instalado señalética turística informativa de destino, de servicios, de atractivos naturales y culturales en al menos un 80% de los atractivos turísticos del cantón.	<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnicos • Acta de entrega recepción. • Fotografías. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto.

ACTIVIDADES

C1.A1 Diseño técnico y arquitectónico.

C1.A2 Implementación de 4,5 kilómetros de sendero interpretativo auto guiado y combinado de categorías: sin barrera (2 km) y caminante (2,5 km), que considere al menos:

- Para el sendero de categoría sin barrera:

- Barandas y escalones sin pendientes fuertes (de hasta 9° en categoría sin barrera) y; Pendientes medianas a fuertes entre 20 y 50°.

PRESUPUESTO

8.000,00

1'421.020,00

<ul style="list-style-type: none"> • Tratamiento químico, secado al horno y traslados, incluye vigas de madera principales, vigas transversales y tablón de piso (en categoría sin barrera). 	11.250,00
- Para el sendero de categoría caminante:	
<ul style="list-style-type: none"> • Escalones y puentes de tronco o a su vez incorporación de jampas para atravesar sitios de anegamiento (en el). 	8.292,00
- Dos estaciones de sombra y descanso con columnas de guadua de 2.10m de altura y 9 m ² , con cubierta de estructura de guadua, recubierta de teja metálica y piso de cemento con pasamanos de madera.	240,00
- Cuatro bancas (1,50x0,40x0,40 m)	24.534,65
C1.A2 Implementación de una torre mirador de avistamiento de aves de 20 m de altura, que contemple al menos lo siguiente:	
- Desarrollo de un estudio ornitológico y socialización del mismo.	
- Estructura principal de acero, recubierto con madera de teca.	
- Planta circular con 8 m de diámetro en la base y 3 m en la cima.	
- Escalera en espiral doble con peldaños en madera de teca.	2.440,00
C1.A3 Adquisición de equipos básicos para observación de aves (5 pax).	
- Binoculares de 10 x 50.	
- Guías de campo.	
- Libros de aves.	
- GPS (para registro de especies).	
C2.A1 Adecuación del sendero del río Alpayaku, de categoría caminante, que considere al menos:	
- Un puente de 7 m x 2 m con muros de apoyo de hormigón ciclópeo, vigas de hormigón armado de 15 x 15 L, con piso entablado de 0.25 x 1.20 L con división de 5 cm para evitar el estanque de agua y pasamanos de 3 pulgadas x 1 metro de altura, con cable metálico de seguridad de 1 a 4 de espesor de ½	\$4.358,75
- Una estación de descanso de caña guadua de 2.10 m de altura, cubierta por una estructura de guadua, recubierta de teja metálica y piso de cemento con pasamanos de madera.	4.146,00
- Escalones de tronco o a su vez incorporación de jampas para atravesar sitios de anegamiento.	
C3.A1 Análisis del potencial interpretativo de las culturas interesadas en reafirmar su identidad a través de un centro de interpretación cultural. En el cual se considere lo siguiente:	500,00

- Registro del patrimonio cultural inmaterial y valoración del estado de las manifestaciones.	
- Análisis del índice de potencial interpretativo y de audiencias del mismo.	
C3.A2 Diseño técnico del centro interpretativo. El cual contemple:	5.000,00
• Planificación estratégica	
• Definición de tópicos y temas a interpretarse.	
• Diseño de la infraestructura para el centro de interpretación.	
• Elaboración de un guion interpretativo.	
• Desarrollo de un esquema de gestión para el centro interpretativo (incluye el diseño de la marca).	2.500,00
C3.A3 Definición de estrategias interpretativas para el centro de interpretación cultural.	
Considerando:	
• Diseño técnico y conceptual de los medios interpretativos.	54.866,35
• Presupuesto de inversión	
C3.A4 Implementación y monitoreo.	
C4.A1 Dotación de un sistema de señalética turística para el Complejo de cavernas del río Anzu.	
Considerando los materiales propuestos en el manual de señalización turística del MINTUR Y MAE:	
- Estructura en madera de teca lijada e inmunizada con una base de hormigón ciclópeo o también en caña guadua preservada sobre una base construida de hormigón armado:	
• Dos paneles: de direccionamiento e informativo de atractivos, con dimensiones de 2000 mm x 1000 mm.	600,00
• Tres letreros de aproximación de atractivos con flechas y distancias, con medidas de 1000 mm x 300 mm.	135,00
• Dos pictogramas de confirmación atractivos naturales, con medidas de 500 x 700 mm en madera de teca lijada e inmunizada con postes compuesto por un tronco rollizo de eucalipto inmunizado de 120 mm de diámetro.	105,00
• Seis señales interpretativas, sobre la flora que se encuentren junto al sendero de categoría caminante y sin barrera, con medidas de 850 mm de ancho y 250 mm de alto.	446,00
C4.A2 Implementación de un sistema de señalética turística para el Complejo turístico del río Tigre.	

En láminas de aluminio liso anodizado, tubos galvanizados como postes y plintos en cubos de hormigón	3.120,00 840,00
<ul style="list-style-type: none"> • Una valla de atractivos y servicios con dimensión de 4800 X 2400 mm. (incluye instalación). • Cuatro pictogramas de atractivos turísticos, de 500 x 700 mm (incluye instalación). 	
C4.A3 Implementación de señalética turística según la jurisdicción municipal junto al ingreso de atractivos turísticos privados (Casa del árbol; Finca Sarahí; Finca 3 Cascadas; Cascada del río Kilo) y comunitarios (Puerto Santa Ana, Yaku runa y Centro Artesanal Agua Viva).	3.920,00
- En material de aluminio liso anodizado, tubos galvanizados con postes y plintos en cubos de hormigón	
<ul style="list-style-type: none"> • Siete señales informativas de atractivos naturales y culturales con flechas y distancias para indicar información y aproximación, con medidas de 2400 mm x 600 mm, en láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm (incluye \$100 de instalación) 	1.260,00
<ul style="list-style-type: none"> • Seis pictogramas de atractivos turísticos naturales y culturales para indicar el nombre del sitio, con una dimensión de 500 x 700 mm en láminas de aluminio liso anodizado, tubos galvanizados como postes y plintos en cubos de hormigón (incluye \$35 de instalación) 	3.120,00 1.560,00
<ul style="list-style-type: none"> • Una valla de informativa de atractivos turísticos y servicios de 4800 x 2400 mm (Casa del árbol) 	
<ul style="list-style-type: none"> • Dos vallas informativas de atractivos turísticos de 2400 mm x 1200 mm.; Valla 1: junto al parque de Mera (Complejo Turístico del Río Tigre, Sumak Kawsay, Cavernas del río Anzu), Valla 2: vía a Madre Tierra (Centro artesanal Agua Viva, Mirador Samay Urcu, Jardín etnobotánico y Comunidad Puerto Santa Ana). Incluyendo instalación. 	840,00 4.875,00 8.666,67
<ul style="list-style-type: none"> • Cuatro pictogramas de atractivos turísticos, actividades, servicios de apoyo y restrictivo para la comunidad Puerto Santa Ana. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Una valla del centro poblado Mera de 6000 mm x 3000 mm. • Una valla informativa cantonal de 8000 x 4000 mm. 	315,00
- Estructura en madera de teca lijada e inmunizada con una base de hormigón ciclópeo o también en caña guadua preservada sobre una base construida de hormigón armado:	

-
- **Seis pictogramas de atractivos, actividades, servicio de apoyo y restrictivo para la Finca Tres Cascadas.**

1'567.810,41

e. Marco lógico del proyecto 4.2. Diseño de productos turísticos innovadores en el cantón Mera

Tabla VII-62: Proyecto 4.2. Diseño de productos turísticos innovadores en el cantón Mera.

PROYECTO 4.2. INNOVACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS OFERTADOS EN EL CANTÓN MERA			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Empresarios involucrados en el sector turístico, población del cantón Mera y turistas que llegan al cantón.			
DURACIÓN DEL PROYECTO: 4 años.		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO:	
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
Contar con oferta turística competitiva que permita el incremento del flujo de demanda de diferentes segmentos de mercado incrementando el tiempo de estadía y el gasto turístico en el cantón.	<ul style="list-style-type: none"> En 4 años, se ha incrementado en un 20% la llegada de turistas nacionales e internacionales al cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> Boletín de estadísticas turísticas del cantón Mera. 	<ul style="list-style-type: none"> Los turistas consumen continuamente los productos turísticos que son ofertados en el cantón.
PROPÓSITO			
Generar productos turísticos innovadores y diversos que fortalezcan la oferta turística del cantón.	<ul style="list-style-type: none"> En 3 años, se han incorporado 7 productos turísticos a la oferta actual del cantón Mera 	<ul style="list-style-type: none"> Informes técnicos 	<p>El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto.</p> <p>Se cuenta con apoyo técnico para la realización de los estudios técnicos.</p>
COMPONENTES			

C1. Diseño e implementación de un producto de turismo de salud (spa).	A mediados del año 2020, se encuentra estructurado y empieza a operar un producto turístico de bienestar y salud, basado en al menos 7 técnicas ancestrales y/o uso de productos de la Amazonía.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos • Boletín de estadísticas turísticas del cantón Mera 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto. • Los pobladores del cantón, se encuentran interesados en participar de este proyecto.
C2. Diseño e implementación de un producto de turismo científico.	A finales del año 2020, se encuentra estructurado y operando al menos 3 tipos de paquetes turísticos que contemplen actividades de investigación científica en la zona.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto. • Las diferentes instituciones y organizaciones que trabajan en el campo ambiental, cooperan en la estructuración de los productos turísticos.
C3. Diseño e implementación de un producto turístico gastronómico tradicional.	A finales del año 2020, al menos un 25% de los turistas que visitan el cantón, lo hacen motivados por participar de la gastronomía tradicional local, basada en el cultivo, cosecha/compra, preparación y degustación de productos de la Amazonía	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. • Boletín de estadísticas turísticas del cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto. • Los pobladores del cantón, se encuentran interesados en participar de este proyecto.

C4. Diseño e implementación de un producto de turismo de naturaleza y aventura	A finales del año 2020, se encuentra operando un producto de turismo de naturaleza y aventura que ha incorporado al menos 5 nuevas actividades turísticas, tales como: arborismo, canopy, SUP en ríos, canyoning y paintball.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto. • Los pobladores del cantón (guías y propietarios de recursos turísticos), se encuentran interesados en participar de este proyecto.
C5. Diseño de un producto turístico vivencial.	A mediados del año 2021, se encuentra operando un producto turístico vivencial, basado en al menos 2 tipos de actividades que motiven un intercambio cultural.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto. • Los diferentes actores sociales y culturales están interesados en compartir experiencias y trabajos diarios, como resultado de la trayectoria de cada una de sus culturas.
C6. Diseño de un producto de turismo accesible.	A finales del año 2021, al menos un 10% del total de turistas que visitan el cantón, pertenecen al grupo de personas con capacidades diferentes.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos • Boletín de estadísticas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto.
C7. Diseño de un producto de turismo para niños.	A finales del año 2021, se encuentra operando al menos 3 paquetes turísticos especializados para niños, grupo que forma parte de al menos un 10% del total de turistas que visitan el cantón.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. • Boletín de estadísticas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto.

ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
C1.A1 Actualizar el estudio de demanda caracterizando el nicho de mercado particular a captar.	500,00
C1.A2 Conformar un grupo asociativo de beneficiarios para la creación, administración y operación del producto, con quienes se realizará:	8.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Un estudio etnobotánico de la zona a partir de lo cual se identificará y creará la oferta de turismo de salud haciendo uso de los saberes locales (terapias alternativas). - La estructuración del presupuesto de inversión en equipamiento para el funcionamiento del producto. - La selección y/o implementación de servicios turísticos. - Elaboración de paquetes turísticos - Una planificación de medidas y/o estrategias de mitigación para la disminución de los posibles impactos generados por la actividad turística. - La definición de políticas de operación. - El análisis económico y financiero. - Un mecanismo de evaluación de resultados. 	1.000,00
C1.A3 Capacitación al grupo meta interesado en participar de este proyecto en temas de gestión empresarial, mandos medios, conservación y salvaguarda, innovación, entre otros, .	500,00
C1.A4 Programar actividades y servicios adicionales a brindar, generando un valor de diferenciación (valor agregado).	500,00
C2.A1 Actualizar el estudio de demanda caracterizando el nicho del mercado particular a captar.	7.000,00
C2.A2 Conformar un grupo asociativo entre la administración de la estación biológica Pindo Mirador y los guías del cantón para la creación y operación de un producto de turismo científico, con quienes se realizará:	
<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de una ruta y/o circuito turístico por el corredor ecológico Llanganates-Sangay y los bosques protectores del cantón. El diseño técnico del producto considerará: <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de escenarios turísticos idóneos para el desarrollo de actividades científicas, en temáticas tales como: estudios espeleológicos, ornitológicos, de flora y fauna tomado en cuenta especies indicadoras del estado de conservación de los ecosistemas del cantón. 	

<ul style="list-style-type: none"> • La estructuración del presupuesto de inversión en equipamiento para el funcionamiento del producto. • Análisis del inventario de los atractivos turísticos presentes en los espacios territoriales identificados para la posible vinculación de actividades turística complementarias. • Zonificación, definición de actividades compatibles con la conservación, usos permitidos y no permitidos y estudios de capacidad de carga. • Elaboración de paquetes turísticos 	
- Creación o adecuación de servicios turísticos.	
- Planificación de medidas y/o estrategias de mitigación para la disminución de los posibles impactos generados por la actividad turística.	1.000,00
- La definición de políticas de operación.	1.500,00
- Un mecanismo de evaluación de resultados.	
C2.A3 Capacitación al grupo meta interesado en participar de este proyecto en temas como: gestión empresarial, conservación, interpretación, mandos medios, biodiversidad, entre otros.	
C2.A4 Programar actividades y servicios adicionales a brindar, generando un valor de diferenciación (valor agregado).	
C3.A1 Actualizar el estudio de demanda caracterizando el nicho de mercado particular a captar para turismo gastronómico.	500,00
C3.A2 Organizar a los prestadores de servicios que trabajen con platos tradicionales de la zona, con quienes se realizará:	9.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Un inventario sobre los saberes locales en torno a la gastronomía amazónica local. - Una capacitación al grupo meta interesado en participar de este proyecto, en temas tales como: buenas prácticas en servicios de alimentación, servicio al cliente, manipulación y preparación de alimentos y otras técnicas culinarias. - Diseño de una ruta y/o circuitos de recorrido (caminatas y ciclo paseos) que integre la oferta gastronómica local. - Evaluación de servicios turísticos. - Elaboración de paquetes turísticos - Programar actividades y servicios adicionales a brindar, generando un valor de diferenciación (valor agregado). 	

- La definición de políticas de operación.	
C3.A3 Establecer un mecanismo de evaluación de resultados.	500,00
C4.A1 Actualizar el estudio de demanda caracterizando el nicho de mercado particular a captar.	500,00
C4.A2 Evaluación técnica de los escenarios naturales para la práctica de:	4.000,00
- Arborismo en el Complejo Turístico Cavernas del río Anzu	
- Canopy en el Complejo Turístico Río Tigre	
- SUP (Stand Up Paddle) en los ríos Tigre y Pindo	
- Canyoning en la cascada del río Kilo	
- Senderismo con juego de pistas de rastreo en los senderos de acceso a las cavernas del Río Anzu y Alpayaku.	
C4.A3 Conformar un grupo asociativo de guías locales para la administración y operación del producto bajo la figura de empresa de economía solidaria u operadora de turismo. Con los interesados se procederá a la:	5.000,00
- Estructuración de los parámetros técnicos para la operación de cada deporte.	
- Estructuración del presupuesto de inversión en equipamiento para el funcionamiento del tipo de producto y considerando como mínimo la operación con grupos de 5 a 10 pax.	
- Evaluación y selección de servicios turísticos principales y complementarios.	
- Estructuración de paquetes turísticos.	
- Planificación de medidas y/o estrategias de mitigación para la disminución de posibles impactos ambientales generados por la actividad turística.	
- Definición de políticas de operación.	
- Análisis económico y financiero.	1.000,00
- Mecanismo de evaluación de resultados.	
C4.A4 Capacitación al grupo meta interesado en participar de este proyecto tomando en cuenta como mínimo los siguientes temas como: atención al cliente, deportes de aventura, guianza, interpretación, normas de seguridad y respuesta a emergencias, primeros auxilios y técnicas de supervivencia.	1.500,00
C4.A5 Programar actividades y servicios adicionales a brindar, generando un valor de diferenciación (valor agregado).	
C5.A1 Actualizar el estudio de demanda caracterizando el nicho de mercado particular a captar.	500,00
	5.000,00

C5.A2 Conformar un grupo asociativo de beneficiarios para la creación, administración y operación del producto, con quienes se realizará:	
<ul style="list-style-type: none"> - Un estudio de caracterización y evaluación del estado de conservación del patrimonio cultural tangible e intangible del cantón, a partir de lo cual se identificará y creará la oferta de turismo vivencial. - Un plan de revitalización, gestión culturas y/o salvaguarda del patrimonio cultural. - El establecimiento de actividades de turismo vivencial (/ceremonia, ritos, convivencia comunitaria, prácticas artesanales o lúdicas, entre otros) - Implementación de servicios turísticos de hospedaje (en caso de ser necesario), alimentación, transporte, guianza. - Una planificación de medidas y/o estrategias de mitigación para la disminución de posibles impactos socioculturales generados por la actividad turística - La definición de políticas de operación - Un mecanismo de evaluación de resultados. 	
	2.000,00
C5.A3 Capacitación al grupo meta interesado en participar de este proyecto en temas relacionados con: (mandos medios, salvaguarda del patrimonio cultural, guianza, administración, negociación y ventas).	
	1.500,00
C5.A4 Programar itinerarios, actividades y servicios adicionales a brindar, generando un valor de diferenciación (valor agregado).	
C6.A1 Actualizar el estudio de demanda caracterizando el nicho de mercado particular a captar.	500,00
C6.A2 Organización con los prestadores de servicios turísticos para la creación, administración y operación del producto, con quienes se realizará la evaluación técnica para implementar los requerimientos mínimos, necesarios para el apoyo y facilitación al acceso de servicios turísticos en:	5.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Los complejos turísticos de los ríos Tigre y Pindo y el complejo de cavernas del río Anzu. <ul style="list-style-type: none"> • Plazas de aparcamiento para personas con discapacidad. • Rampas con pendiente del 6% (aplica para los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas). • Pasarela de madera (tabla en fibra de madera) con pasamanos a lo largo de toda la pasarela. • Franjas guías de encaminamiento. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Señalética interpretativa de accesibilidad. • Servicio higiénico amplio con barreras de sujeción y apoyo (aplica para los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas). 	
- Servicio de transporte turístico:	
<ul style="list-style-type: none"> • Plataformas elevadoras para pasajeros con movilidad reducida y manual de reparaciones para mantenerlas. • Rampas de acceso con pasamanos. • Asientos reservados para personas con discapacidad reducida mediante asientos abatibles. 	
- Agencias de viajes, operadoras, alojamiento, alimentos y bebidas:	
<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado en el servicio de asistencia a turistas con discapacidad o con necesidades especiales en su desplazamiento para la operación de los paquetes y la prestación de los demás servicios turísticos, incluyendo situaciones de emergencias. • Incorporación de un sistema de seguridad para responder frente a casos de emergencia considerando clientes afectados por la movilidad. 	3.000,00
C6.A3 Estructuración del presupuesto de inversión en equipamiento para el funcionamiento del producto y desarrollo del análisis económico y financiero.	1.500,00
C6.A4 Programar actividades y servicios adicionales a brindar, generando un valor de diferenciación (valor agregado). Considerando:	
<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de operación. • Análisis económico financiero. • Mecanismos para la evaluación de resultados. 	
C7.A1 Actualizar el estudio de demanda caracterizando el nicho de mercado particular a captar.	500,00
C7.A2 Organización con los prestadores de servicios turísticos para la creación, administración y operación del producto, con quienes se realizará:	6.000,00
- La evaluación técnica para identificar los escenarios apropiados para la implementación de servicios turísticos adaptados para grupos de familias con niños que considere al menos lo siguiente:	
<ul style="list-style-type: none"> • Práctica de arborismo y senderismo. • Camping por temáticas (ambientales, culturales, de sobre vivencia, entre otros). 	

f. Marco lógico del proyecto 4.3. Diseño de un plan de gestión cultural para la salvaguardia del patrimonio cantonal y su aprovechamiento turístico sostenible

Tabla VII-63: Proyecto 4.3. Diseño de un plan de gestión cultural para la salvaguardia del patrimonio cantonal y su aprovechamiento turístico sostenible

PROYECTO 4.3. DISEÑO DE UN PLAN DE GESTIÓN CULTURAL PARA LA SALVAGUARDIA DEL PATRIMONIO CANTONAL Y SU APROVECHAMIENTO TURÍSTICO SOSTENIBLE			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Culturas ancestrales y contemporáneas que forma parte del cantón Mera y turistas que visitan la zona.		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO:	
DURACIÓN DEL PROYECTO: 3 años			
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
Gestión del patrimonio cultural para su protección y aprovechamiento turístico sostenible.	Al finalizar el año 2022, al menos el 60% del patrimonio cultural del cantón, forma parte de la oferta turística del mismo.	Informes de control y monitoreo	El sector turístico que se relaciona con recursos del patrimonio cultural del cantón Mera, participa activamente en las actividades planificadas.
PROPÓSITO			
Diseñar y gestionar un plan de desarrollo cultural para el aprovechamiento turístico sostenible del patrimonio.	A mediados del año 2020, se han establecido al menos 3 estrategias que impulsan la gestión del patrimonio cultural, desde una perspectiva turística sostenible.	Informe técnicos	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y recibe apoyo técnico y financiero de instituciones públicas u organismos de cooperación.
COMPONENTES			
C1. Fortalecimiento de las capacidades para la gestión eficaz del patrimonio cultural.	En el año 2021, al menos el 80% de involucrados en actividades de salvaguardia y/o gestión del patrimonio cultural y prestadores	<ul style="list-style-type: none"> Informe técnicos Planificación de talleres de socialización. 	<ul style="list-style-type: none"> El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto.

	de servicios turísticos han sido capacitados sobre la política cultural del país y cantón.		<ul style="list-style-type: none"> • Los actores involucrados participan activamente de las actividades planificadas.
C2 Implementación de talleres de música y danza tradicional y contemporánea para fortalecer las expresiones artístico-culturales.	En el año 2021, al menos un 40% de los niños y jóvenes de diferentes culturas ancestrales del cantón participan en los talleres planificados.	Registro de inscripción de los participantes.	Los niños y jóvenes participan en el desarrollo de talleres de música y danza.
C3. Implementación de laboratorios de lenguas para la enseñanza y fortalecimiento de los idiomas ancestrales del cantón Mera.	<ul style="list-style-type: none"> • En el año 2022, el 50% de los niños y jóvenes que pertenecen a cada una de sus culturas valoran, hablan y se comunican en su idioma nativo. • En el primer año de ejecución del proyecto, se cuenta al menos con 4 laboratorios interactivos de idiomas, integrados por hombres y mujeres de las comunidades locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos • Plan de gestión para el funcionamiento de los laboratorios de idiomas. • Registro de participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los niños/as participan activamente en el aprendizaje de sus lenguas nativas. • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y recibe apoyo técnico y financiero de instituciones públicas u organismos de cooperación.
C4. Generar industrias culturales.	En el año 2023, al menos el 10% del sector turístico, ha generado valor agregado en los elementos culturales que corresponde al cantón Mera, con base en los saberes locales.	Informe técnico.	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias.

ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
C1.A1 Análisis y sistematización de la información sobre:	500,00
<ul style="list-style-type: none"> El marco legal regulatorio que incide en la salvaguardia del patrimonio cultural y la generación de propuestas sobre productos turísticos culturales. Gestión del patrimonio cultural del cantón. 	
C1.A2 Elaborar un plan de capacitación, considerando:	1.500,00
<ul style="list-style-type: none"> Diseño y elaboración de una guía de trabajo para los participantes Lista de los empresarios involucrados en el sector turístico y cultural a nivel cantonal. Realización de convocatorias a los involucrados 	1.000,00
C1.A3 Facilitar los talleres participativos para la socialización del tema sobre la gestión y salvaguardia del patrimonio cultural.	200,00
C1.A4 Establecer mecanismos de evaluación de resultados.	
C2.A1 Investigación sobre las manifestaciones y representaciones referentes a la música y danza de las diferentes culturas asentadas en el cantón.	800,00
C2.A2 Identificación de los participantes para los talleres y realización de los talleres de:	400,00
Música en:	
<ul style="list-style-type: none"> Utilización de instrumentos de culturas amazónicas asentadas en el cantón. Interpretación de melodías y ritmos. 	
Danza teatral:	
<ul style="list-style-type: none"> Interpretación de cuentos, leyendas y mitos de las culturas amazónicas a través de la danza 	90,00
C2.A3 Socializar los talleres de música y danza.	3.190,00
C2.A4 Ejecutar los talleres de música y danza.	
C3.A1 Diagnóstico de las necesidades y requerimientos para la implementación de los laboratorios, para lo cual se considere:	560,00
<ul style="list-style-type: none"> Socializar y aprobar la propuesta con la comunidad. Identificar los lugares para el funcionamiento de los laboratorios interactivos de idiomas. 	
	8.190,00

<ul style="list-style-type: none"> • Establecer las necesidades y requerimientos para la implementación de los laboratorios. • Tramitar legalmente la creación de los idiomas interactivos de los idiomas 	
C3.A2 Implementación de los laboratorios interactivos de lenguas Considerando:	
<ul style="list-style-type: none"> • Selección de proformas para la adquisición de equipos y materiales • Adquirir los equipos y materiales necesarios para la implementación de los laboratorios. • Gestión y entrega formal de las adquisiciones. 	570,00
C3.A3 Plan de gestión para el funcionamiento de los laboratorio interactivos de lenguas. Para lo cual contemple:	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la estructura orgánica y administrativa. • Manejo operativo. • Planificación de actividades a corto, mediano y largo plazo. • Elaboración del Plan Operativo Anual 	2335,00 500,00
C3.A4 Capacitación de programas didácticos multimedia para aprender el idioma Kichwa	
C3.A5 Seguimiento y evaluación	
C4.A1 Análisis situacional de las prácticas culturales del cantón, tomando en cuenta:	500,00
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de prácticas culturales. - Identificación de la problemática que dificulta el desarrollo de iniciativas culturales. 	
C4.A2 Estructuración de una propuesta de industrias culturales a partir de prácticas artesanales, artísticas, medicinales, agrícolas y gastronómicas basadas en saberes ancestrales. Considerando:	8.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de oportunidades de mercado para los emprendimientos culturales del cantón Mera. <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la demanda de los productos artesanales de Mera. • Análisis de la competencia en emprendimientos culturales. - La transformación de materias primas en productos con valor agregado. - Desarrollo de una marca para los productos. - El establecimiento de estándares de calidad en los productos generados. 	

-
- **Convenios comerciales con galerías, empresas de comercio justo y mercados internacionales.**
 - **Análisis de ingresos según la producción de artículos con valor agregado (estudios financieros).**
 - **Identificación de posibles alianzas estratégicas y encadenamiento productivo.**
 - **Identificación de fuentes de financiamiento para los emprendimientos.**
 - **Figura legal para su funcionamiento.**
 - **Salvaguarda del patrimonio cultural. Contemplando:**
 - **Capacitación para el tratamiento adecuado a los bienes del patrimonio según el tipo de patrimonio identificado.**
 - **Incorporación de estrategias de protección del patrimonio y prevención de deterioro del mismo.**
 - **Procedimientos para la comercialización de bienes y servicios patrimoniales.**

300,00

C4.A3 Evaluación del impacto generado por el negocio, en los ámbitos: ambiental, social, económico y patrimonial.

TOTAL

28.635,00

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

g. Marco lógico del proyecto 4.4. Posicionamiento de la oferta turística cantonal

Tabla VII-64: Proyecto 4.4. Posicionamiento de la oferta turística cantonal.

PROYECTO 4.4. POSICIONAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA CANTONAL			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Empresarios del sector turístico, turistas que visitan el cantón.			
DURACIÓN DEL PROYECTO: 6 meses.		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO:	
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Posicionar al cantón Mera como un destino turístico sostenible, diferenciado y de calidad.	Al finalizar el año 2025, se ha posicionado al cantón Mera como uno de los destinos turísticos de preferencia de al menos un 5% del total del turistas generados en Ecuador para ese año.	<ul style="list-style-type: none"> • Boletín de estadísticas turísticas del cantón. 	El cantón Mera, es uno de los principales destinos de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Amazonía durante sus períodos de ocio y vacaciones.
PROPÓSITO Implementar un plan de marketing turístico para el cantón Mera.	En el año 2022, se desarrollan al menos 5 estrategias de mercadeo para el posicionamiento del cantón Mera como destino turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de marketing turístico. • Informes técnicos. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y recibe apoyo técnico y financiero del Ministerio de Turismo.
COMPONENTES C1. Actualización del estudio de mercado en función de los productos turísticos diseñados.	En el año 2020, se cuenta al menos con 3 nuevas inversiones en el ámbito turístico, en función de las características del mercado meta.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. • Acta entrega recepción. • Fotografías. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto y recibe apoyo técnico y financiero por parte del Ministerio de Turismo.

C2. Implementación de un sistema de gestión y control de la calidad de la oferta turística del cantón.	A partir del segundo año de la implementación de un sistema de gestión y control de calidad de la oferta turística, al menos un 80% de los establecimientos turísticos cumplen con altos estándares de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de gestión y control de la calidad turística. • Informes de control y vigilancia. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto y recibe apoyo técnico y financiero por parte del Ministerio de Turismo.
C3. Implementación de sistemas de comunicación virtual y audiovisual.	<p>En el año 2020, se incorporan al menos 2 sistemas de comunicación, virtual que apoyan la difusión y promoción de la oferta turística del cantón.</p> <p>En el año 2020, al menos un 25% de los turistas que llegan al cantón, han sido motivados mediante el material promocional difundido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Página web. • Aplicación móvil. • Boletín de estadísticas turísticas del cantón. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias.
C4. Posicionamiento web de establecimientos turísticos.	En el año 2021, al menos un 70% de los prestadores de servicios turísticos, utilizan un sistema de comunicación virtual que les permite alcanzar otros segmentos de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. • Planificación de talleres. • Página web. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y personal técnico capacitado para la ejecución del proyecto y recibe apoyo técnico y financiero por parte del Ministerio de Turismo.
C5. Desarrollo y/o participación en workshop a nivel nacional o internacional con tour operadores y	En 2 años, al menos el 25% de los negocios turísticos del cantón Mera cuentan con convenios de negocios permanentes con tour operadoras y	<ul style="list-style-type: none"> • Spot publicitario. • Documento de entrega recepción. • Guías turísticas publicadas. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias. Participación de los empresarios del sector turístico a nivel cantonal y nacional.

agencias de viajes mayoristas y minoristas.	agencias de viajes, mayorías, minoristas e internacionales.		
ACTIVIDADES		PRESUPUESTO	
C1.A1 Análisis de la oferta, competencia y demanda turística a nivel cantonal en función de los productos turísticos diseñados.			1000,00
C2.A1 Realizar un diagnóstico de la calidad de los servicios turísticos ofertados y posteriormente se establezca:			500,00
<ul style="list-style-type: none">- Los requerimientos fundamentales para los turistas en cada una de las actividades turísticas- Los indicadores y criterios de calidad en los servicios turísticos, en relación a seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad, armonía con el entorno, etc., de manera técnica y participativa.- Los procedimientos, recursos necesarios, objetivos, estrategias, funciones y responsabilidades. Con el fin de realizar:<ul style="list-style-type: none">• Manuales de procesos eficientes para cada uno de los servicios turísticos.• Un plan de mejoramiento continuo para incrementar la calidad de los servicios turísticos en el cantón Mera.• Un sistema eficiente para la atención de quejas, reclamos y/o sugerencias.• Validación y aprobación de manera participativa del plan de mejoramiento continuo para incrementar los niveles de calidad en los servicios turísticos del cantón Mera.• Ejecución del plan de mejoramiento continuo.			10.000,00
C2.A2 Gestión para la suscripción de un convenio entre el GAD Municipal del cantón Mera y un programa de certificación de calidad turística.			2.000,00
C2.A3 Determinar e implementar un sistema de control y auditoría para evaluar la calidad de los servicios turísticos, con el fin de:			
<ul style="list-style-type: none">- Renovar el sello de certificación de calidad.- Analizar problemas y falencias que aún existen en el desarrollo de los procesos operacionales del sector turístico.			

-
- **Definir estrategias y medidas de mitigación que permitan superar las falencias encontradas.**

C3.A1 Actualización del diseño de la página web municipal que cuente con estándares web 3.0, la cual contemple al menos: 2.000,00

- **Diseño responsivo (adaptable) con otros dispositivos electrónicos.**
- **Proceso automatizado de resultados de encuestas de satisfacción de la demanda turística en línea y tiempo real.**
- **Rastreo de contenido web sobre el cantón Mera y temas turísticos, en la red social de twitter aplicando filtros según parámetros de localización, número de seguidores y/o perfiles afines al turismo.**
- **Vinculación con redes sociales y utilización del api de servidores como: google maps, servicio de meteorología, entre otros.**
- **Recorrido virtual a los principales atractivos turísticos del cantón.**
- **Facilidad en la navegación en función de la accesibilidad, interpretación y agilidad por diversos segmentos de usuarios.**
- **Vinculación a datos en formato estructurado (CSV)**
- **Enlace mediante código QR.**

C3.A2 Diseño de una aplicación móvil sobre los productos turístico que cuenta el cantón Mera, la cual contemple al menos: 2.000,00

- **Recorrido virtual a los principales atractivos y servicios que correspondan a las rutas y/o circuitos del cantón según el producto turístico elegido.**
- **Vinculación con redes sociales y utilización del api de servidores como: google maps, servicio de meteorología, entre otros.**
- **Calendario con los eventos y fiestas del cantón Mera.**
- **Proceso automatizado de resultados de encuestas de satisfacción de la demanda turística en línea y tiempo real.**

C3.A3 Adquisición de espacio en la App Store y Play Store para alojamiento del instalador de la aplicación. 5000,00

C3.A4 Establecer mecanismos de mantenimiento a los sistemas de comunicación virtual y análisis de la información generada para la toma de decisiones.	500,00
C3.A5 Caracterización y sistematización de información sobre los atractivos turísticos del cantón para la actualización del diseño de la guía turística. Considerando:	500,00
<ul style="list-style-type: none"> - Actividades recreativas, rutas de acceso, costos de ingreso, distancia, tiempo y horario. - Servicios turísticos. - Mapa turístico cantonal. - Calendario festivo. - Tradiciones orales culturales. - Otros datos de interés, como: servicios de emergencias, puntos de información, instituciones financieras, entre otros. 	
C3.A6 Adquisición de los servicios de una imprenta y selección de medios de comunicación para difundir la guía.	500,00
C3.A7 Caracterización y sistematización de información sobre la oferta turística del cantón Mera para el diseño y difusión de un spot publicitario. Para lo cual se considere:	250,00
<ul style="list-style-type: none"> - El o los objetivo(s) que se busca obtener mediante el spot publicitario. - El mensaje que se desea transmitir. - Los segmentos de demanda turística meta que se desea alcanzar. 	0,00
C3.A8 Selección de medios de comunicación para la difusión del spot publicitario.	200,00
C3.A9 Evaluación de resultados.	
C4.A1 Diagnóstico situacional sobre el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) por los prestadores de servicios turísticos.	500,00
C4.A2 Elaboración de un plan de capacitación y ejecución de talleres participativos sobre la importancia, uso y mantenimiento de herramientas virtuales que favorecen la competitividad de los establecimientos y destinos turísticos. Las cuales les permita contar al menos con:	1.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Una página web (enlazado a un código QR) que cuente al menos con: <ul style="list-style-type: none"> • Un sistema de planificación de viaje (en el caso de agencias de viajes y operadoras turísticas). • Un sistema propio de reserva en línea y/o intermediación (Booking; Expedia, entre otros). 	

g. Presupuesto del programa

Tabla VII-65: Presupuesto del programa Diversificación, Promoción y Comercialización de Productos Turísticos

N°	PROYECTO	PRESUPUESTO
4.1	Plan de Mejoramiento de Facilidades Turísticas.	1'576.950,42
4.2	Innovación de los Producto Turísticos del Cantón Mera.	70.000,00
4.3	Diseño de un Plan de Desarrollo Cultural.	28.635,00
4.4	Diseño de un Plan Integral de Marketing Turístico.	31.600,00
TOTAL		1'707.185,42

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

j. Responsables

- Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del cantón Mera.

k. Cronograma de ejecución

Tabla VII-66: Cronograma del Programa Diversificación, Promoción y Comercialización de Productos Turísticos

N°	AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
4.1	X	X	X	X	X	X	X	X												
4.3	X	X	X	X	X	X	X	X												
4.4	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
4.5	X	X	X	X	X	X	X	X												

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

1. Posibles instituciones de financiamiento

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mera
- Ministerio de Turismo
- Organismos de cooperación

4. Programa: Formación de capacidades locales

a. Breve descripción y justificación

El potencial turístico del cantón Mera, es muy valorado por sus habitantes, lo cual ha generado gran interés de emprender negocios que les permita aprovechar dicho potencial y lograr ampliar sus ingresos económicos, sin embargo, uno de sus mayores desafíos es la falta de conocimiento en temas administrativos, financieros, atención al cliente, técnicas de marketing y procesos de comercialización. Lo cual crea en ellos incertidumbre e inseguridad para la toma de decisiones fundamentales que permitan disminuir los niveles de riesgo al invertir. Debido a esto, el aumento de inversión turística es lento y en otros sectores del cantón es incluso nulo.

Cabe señalar también que, existen establecimientos que brindan diferentes servicios que conforman la planta turística (tales como: alojamiento, alimentación y guianza), que podrían fortalecerla y diversificarla, si contaran con asesoramiento técnico que les permita mejorar e innovar la calidad de su oferta, por ello se ve la necesidad de crear una unidad de asesoramiento técnico para la evaluación de futuros y actuales emprendimientos turísticos del cantón.

b. Objetivos

- 1) Fortalecer las capacidades locales para la inversión turística sostenible.
- 2) Ampliar los servicios turísticos en calidad, diversidad, inclusión e innovación.

c. Metas

- 1) En el año 2019, se cuenta con una unidad de asesoramiento técnico para los establecimientos turísticos y la evaluación de futuras inversiones turísticas.

2) En el año 2019 se implementa un sistema de capacitación para el sistema turístico.

d. Marco lógico del proyecto 4.1 Generación de una unidad de asesoramiento técnico para la evaluación de futuros y actuales emprendimientos del cantón.

Tabla VII-67: Proyecto 5.1 Generación de una unidad de asesoramiento técnico para la evaluación de futuros y actuales emprendimientos del cantón.

PROYECTO 5.1. GENERACIÓN DE UNA UNIDAD DE ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA LA EVALUACIÓN DE FUTUROS Y ACTUALES EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN.			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Empresarios del sector turístico, pobladores del cantón Mera interesados en desarrollar emprendimientos turísticos.			
DURACIÓN DEL PROYECTO: 1 año.		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO:	
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
Contar con emprendimientos turísticos viables, según estudios técnicos y financieros, los cuales sean administrados y operados por personal capacitado.	<ul style="list-style-type: none"> En el año 2022, el 80% de las nuevas inversiones turísticas en el cantón, son viables técnica y financieramente. 	<ul style="list-style-type: none"> Registros. Informes técnicos quincenales 	Los empresarios turísticos del cantón están dispuestos a ser asesorados técnicamente para sus inversiones en materia turística.
PROPÓSITO			
El cantón Mera cuenta con una unidad de asesoramiento técnico para la evaluación de futuras y actuales inversiones turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> En los primeros meses del año 2020, se implementa una unidad de asesoramiento técnico que establece diferentes ejes de trabajo para la formulación de al menos 3 tipos de proyectos turísticos anuales, según su orientación (productivos, sociales y de investigación) 	<ul style="list-style-type: none"> Registros Informes de control y monitoreo. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias para financiar la implementación de la unidad de asesoramiento técnico.
COMPONENTES			

C1. Diagnóstico de necesidades de intervención de asesoramiento.	En el primer bimestre del año 2020, al menos un 50% de prestadores de servicios turísticos actuales y potenciales reciben asesoramiento técnico para el manejo adecuado de sus negocios.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. • Registros. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias para la realización del proyecto.
C2. Definición de estrategias de intervención según la estructura y funcionalidad de la Unidad de Asesoramiento Técnico.	Durante el primer semestre del año 2020, se planifican y establecen al menos 3 estrategias de trabajo anuales para el funcionamiento de la Unidad de Asesoramiento Técnico.	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. • Matriz de planificación. • Plan operativo anual. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias para la realización del proyecto y recibe apoyo técnico y financiero de organismos cooperantes e instituciones públicas.
ACTIVIDADES			PRESUPUESTO
C1.A1 Mapeo de actores que requieren asesoramiento técnico para la creación y/o implementación de oferta turística.			20,00
C1.A2 Revisión de la normativa vigente para la creación de la Unidad de Asesoramiento Técnico.			100,00
C2.A4 Institucionalización de la Unidad de Asesoramiento Técnico			20.000,00
C2.A1 Definición de un sistema administrativo y operativo para la Unidad de Asesoramiento Técnico. Para lo cual se considerará:			7.300,00
<ul style="list-style-type: none"> - Establecer una matriz de planificación con las estrategias, objetivos, metas, indicadores, recursos, fuentes de verificación, entre otros, los cuales permitirán un óptimo funcionamiento de la unidad. - Establecer una partida presupuestaria que permita el funcionamiento de la Unidad. - Capacitación al personal que estará a cargo de la Unidad de Asesoramiento. 			15.500,00
C2.A2 Asesorar técnicamente a los empresarios y representantes legales de los establecimientos turísticos.			7.800,00
C3.A3 Establecer planes de seguimiento y control de los proyectos de inversión económica.			7.800,00
TOTAL			50.720,00

e. Marco lógico del proyecto 4.2 Diseño e implementación de un sistema de capacitación y profesionalización turística.

Tabla VII-68: Proyecto 4.2 Diseño e implementación de un sistema de capacitación y profesionalización turística

PROYECTO 5.2. DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE CAPACITACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN TURÍSTICA.			
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Empresarios del sector turístico, pobladores del cantón Mera interesados en desarrollar emprendimientos turísticos.			
DURACIÓN DEL PROYECTO: 3 años.		COSTO APROXIMADO DEL PROYECTO:	
RESUMEN NARRATIVOS DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN			
Contar con personal competitivo y preparado para administrar, atender y resolver cualquier problema y/o desafío que se presenten en la actividad turística.	<ul style="list-style-type: none"> • A finales del año 2021, el 90% de los servicios turísticos son administrados y operados por personal capacitado y competente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. • Certificados de capacitación 	Los empresarios y empleados de los establecimientos turísticos y pobladores del cantón Mera, demuestran interés en participar activamente de las capacitaciones y actividades programadas.
PROPÓSITO			
Diseño e implementación un sistema de capacitación y profesionalización para prestadores de servicios turísticos del cantón.	<ul style="list-style-type: none"> • En el año 2019, se diseña e implementa un sistema de capacitación que cubre cada año alrededor del 30% de los involucrados directa e indirectamente en el sector turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de capacitación técnica. • Informes técnicos. • Informes de control y monitoreo. • Registro de participantes. • Certificados de capacitación. 	El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias y recibe apoyo técnico y financiero del Ministerio de Turismo.
COMPONENTES			

C1. Diseño e implementación de un plan de capacitación técnica en turismo.	Al segundo trimestre del año 2020, se ha diseñado un plan de capacitación, que cubre cada año alrededor del 25% de los involucrados en la actividad turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Suscripción de convenio. • Documento impreso y digital del plan de capacitación técnica. • Registro de participantes. • Informes técnicos. • Informes de control y monitoreo quincenales. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias para la realización del proyecto. • La población del cantón Mera, demuestra motivación e interés en participar de las actividades programadas.
C2. Profesionalización del personal que trabaja en turismo	En el año 2021, al menos un 25% del personal que labora en el sector turístico cuentan con profesionalización certificada.	<ul style="list-style-type: none"> • Suscripción de convenio. • Registro de beneficiarios. • Informe técnico. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera cuenta con partidas presupuestarias para la realización del proyecto. • El personal que labora en turismo demuestra motivación e interés en certificar su profesión.

ACTIVIDADES

PRESUPUESTO

C1.A1 Gestión para la suscripción de un convenio entre la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales (SETEC) y el GAD Municipal del cantón Mera, para el mejoramiento de las capacidades laborales en el sector turístico: Considerando:		2.000,00
<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico de la situación actual sobre las condiciones laborales de la población del cantón Mera vinculada en el sector turístico. Para lo cual se realice: <ul style="list-style-type: none"> • El análisis de la Población Económicamente Activa (PEA) en actividades turísticas. • La identificación de la Población beneficiaria. • La definición de objetivos para la profesionalización de la población vinculada al sector turístico. 		2.500,00
C1.A2 Estructurar el plan de capacitación en temas tales como: manejo de ecosistemas y biodiversidad, manejo de emergencias, primeros auxilios, administración de empresas turísticas, servicio al cliente, promoción y comercialización (manejo de TIC's), contabilidad, legislación		

turística, manejo de desechos, buenas prácticas ambientales, emprendimientos turísticos, idiomas, entre otros. Considerando:

- Organización logística para desarrollo de capacitaciones.
- Identificación de recursos (módulos de capacitación para el sector turístico). 1.760,00
- Definición de mecanismos para el monitoreo y evaluación de las capacitaciones.
- Elaboración del presupuesto.

C1.A3 Suscripción del convenio y difusión de cursos de capacitación.

C2.A1 Identificación del perfil idóneo para la profesionalización a través de la certificación otorgada por la SETEC e identificación de expertos en el área. 0,00

C2.A2 Identificación y comunicación a los posibles beneficiarios de la certificación. 20,00

C3.A3 Coordinar con la SETEC el proceso para la profesionalización de los beneficiarios. 150,00

C3.A4 Evaluación de resultados. 200,00

TOTAL **6.630,00**

Nota: Lily Lucio Reinoso

a. Presupuesto del programa

Tabla VII-69: Resumen del presupuesto del programa Formación de capacidades locales.

N°	PROYECTO	PRESUPUESTO
5.1	Generación de una unidad de asesoramiento técnico para la evaluación de futuros y actuales emprendimientos del cantón.	50.720,00
5.2	Diseño e implementación de un plan de capacitación técnico científica para los guías, propietarios, empleados de establecimientos turísticos y demás pobladores interesados en proyectos vinculantes al turismo.	6.630,00
TOTAL		57.350,00

Nota: Elaborado por Lily Lucio Reinoso, 2018.

m. Responsables

- Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del cantón Mera.
- Ministerio de Turismo.
- Ministerio del Ambiente.

n. Cronograma de ejecución

Tabla VII-70: Cronograma del programa diversificación de productos turísticos

N°	AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
5.1	X	X	X	X																
5.2	X	X																		

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

o. Posibles instituciones de financiamiento

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Mera
- Ministerio de Turismo.
- Organismos de cooperación.

5. Resumen del cronograma y presupuesto del Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del cantón Mera

Tabla VII-71: Resumen del cronograma y presupuesto de la propuesta del Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del cantón Mera.

PROGRAMA	N°	PROYECTO	AÑO DE EJECUCIÓN					FINANCIAMIENTO		PRESUPUESTO DEL PROYECTO	PRESUPUESTO DEL PROGRAMA
			1	2	3	4	5	INSTITUCIÓN	%		
1.-COORDINACIÓN INTERSECTORIAL, SEGURIDAD CIUDADANA Y POLÍTICAS PÚBLICAS	1.1	Estrategia cantonal de seguridad ciudadana para el fomento del turismo.	X					GAD Mera.	75	62.900,00	131.352,00
								MINTUR	10		
								O. Cooperación.	15		
	1.2	Generación de espacio de concertación intersectorial a nivel cantonal.	X					GAD Mera.	75	60.720,00	
								MINTUR	10		
								O. Cooperación.	15		
2.-AMBIENTAL Y GESTIÓN DE RIEGOS.	1.3	Creación de un marco legal para el fortalecimiento de la actividad turística cantonal.		X				GAD Mera.	80	7.732,00	
								O. Cooperación.	20		
	2.1	Educación ambiental.		X				GAD Mera.	75	38.600,00	43.550,00
								MAE	10		
								O. Cooperación.	15		
	2.2	Plan de contingencia frente a riesgos naturales.	X					GAD Mera.	75	5.950,00	
3.-DIVERSIFICACIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.								MINTUR	10		
								SGR	15		
	3.1	Mejoramiento de facilidades turísticas.						GAD Mera.	75	1'421.020,00	1'557.205,41
								MINTUR	10		
								O. Cooperación.	15		
	3.2	Creación de productos turísticos innovadores para en el cantón.	X	X				GAD Mera.	65	70.000,00	
								MIES	10		
								MINTUR	10		
								O. Cooperación.	15		
	3.3	Implementación de un plan de gestión cultural		X	X	X		GAD Mera.	40	28.635,00	
								MINTUR	10		

4.-FORMACIÓN CAPACIDADES LOCALES	DE		para la salvaguardia del patrimonio cultural y su aprovechamiento turístico sostenible.			MAE	25		
						INPC	5		
						Casa del Cultura	5		
						O. Cooperación.	15		
		3.4	Apoyo al posicionamiento de la oferta turística del cantón.	X	X	GAD Mera.	75	31.600,00	
						MINTUR	10		
						O. Cooperación.	15		
		4.1	Generación de una unidad de asesoramiento técnico para la evaluación de futuros y actuales emprendimientos turísticos.	X		GAD Mera.	75	50.720,00	57.350,00
						MINTUR	10		
						O. Cooperación.	15		
		4.2	Diseño e implementación de un sistema de capacitación y profesionalización turística.	X	X	GAD Mera.	25	6.630,00	
						MINTUR	25		
						SETEC	50		
								TOTAL	1'789.457,00

Nota: Lily Lucio Reinoso, 2018.

Resumen del financiamiento del PLANDETUR del cantón Mera

Tabla VII-72: Resumen del financiamiento de la propuesta del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del cantón Mera

INSTITUCIÓN DE FINANCIAMIENTO	PORCENTAJE A FINANCIAR CON RESPECTO AL PLAN	VALOR TOTAL A FINANCIAR USD
Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mera.	67,7	1'357.125,99
Ministerio de Turismo	9,5	190438,66
SETEC	4,5	90.207,78
Organismo de cooperación.	12,7	254.586,41
Ministerio del Ambiente.	2,3	46106,20
Sistema de Gestión de Riesgos	1,4	28064,64
Ministerio de Inclusión Económica y Social	0,9	18041,56
Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.	0,5	10023,09
Casa de la Cultura	0,5	10023,09
	TOTAL	1'789.457,00

Nota: Lily Lucio Reinoso.

VIII. CONCLUSIONES

- El cantón Mera cuenta con un alto potencial para el desarrollo turístico en distintas modalidades, pues la presencia de atractivos turísticos en buen estado de conservación integra una oferta innovadora para motivar el interés de mayores flujos de demanda turística.
- El análisis situacional realizado en forma participativa con los actores del sector turístico, propicia que se establezca una visión integradora sobre el futuro deseable que se quiere alcanzar con la actividad turística.
- La mejor forma de asegurar el desarrollo de un turismo sostenible en el cantón es: planificando responsablemente el uso de sus recursos, por consiguiente, los programas y proyectos formulados se enfocan en superar los problemas identificados a nivel del sistema turístico y de acuerdo a los ejes de la sostenibilidad (desarrollo económicamente rentable, socialmente justo y ambientalmente sostenible), con lo cual se pretende orientar los esfuerzos suficientes para que el cantón logre posicionarse como un destino turístico competitivo.

IX. RECOMENDACIONES

- Se recomienda actualizar el diagnóstico situacional del cantón Mera, al menos una vez al año, con el fin de evaluar el alcance de las medidas tomadas y mejorar la gestión que requiere el cantón para el desarrollo del sector turístico.
- Crear el espacio de concertación intersectorial, con la finalidad de aprovechar eficazmente distintos recursos provenientes del aporte de cada uno de los actores claves del turismo y contribuir al cumplimiento de la visión y objetivos del plan.
- Ejecutar los proyectos que se establecen en el plan, por cuanto están enfocados en cubrir las falencias detectadas para el fomento del turismo sostenible.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: elaborar un plan de desarrollo turístico para el cantón Mera, provincia de Pastaza; donde se establecieron los siguientes objetivos: evaluar el potencial turístico del cantón, lo cual permitió determinar que cuenta con un 89% de atractivos turísticos naturales y culturales de categoría II, en su mayoría conservados y con vocación para generar nuevas actividades turísticas alternas, tales como: arborismo, SUP en ríos, canopy, canyoning y senderismo, capaces de elevar mayores flujos de demanda turística, puesto que existe un nicho de mercado interesado en conocer una nueva oferta, el cual se encuentra en los cantones Baños y Pastaza, ciudades de mayor cercanía a Mera; el siguiente objetivo consistió en formular el marco filosófico y estratégico del plan, el cual muestra el futuro deseable que se quiere alcanzar en la actividad turística; en el último objetivo se estructuran cuatro programas y diez proyectos de intervención, los cuales marcan la forma adecuada para que las autoridades puedan invertir recursos tanto en temas de facilidades como equipamiento necesario para responder a la problemática identificada que influye en el desarrollo turístico del cantón, esta planificación establece un presupuesto total aproximado de \$1'789.457. Se concluye que el plan de desarrollo contribuirá a aprovechar su potencial turístico, pensado en la conservación y protección de su patrimonio natural y cultural, mediante la participación de todos los actores involucrados en procesos turísticos, de tal manera que, la oferta sea inclusiva, diversa, atractiva e innovadora, pudiéndose generar alternativas que apoyen a las actividades productivas de la población y favorezcan el buen vivir de la localidad.

PALABRAS CLAVE: DESARROLLO TURÍSTICO – TURISMO SOSTENIBLE – POTENCIAL TURÍSTICO.

Por: Lily Lucio



XI. SUMMARY

The present investigation proposes: to elaborate a tourist development plan for the canton Mera, province of Pastaza; where the following objectives were established: evaluate the tourism potential of the canton, which allowed to determine that it has 89% of natural and cultural tourist attractions of category II, mostly preserved and with a vocation to generate new alternative tourist activities, such as: arborism, SUP in rivers, canopy, canyoning and hiking, capable of raising greater flows of tourist demand, since there is a niche market interested in knowing a new offer, which is in Baños and Pastaza cantons, cities closest to Mera; the next objective was to formulate the philosophical and strategic framework of the plan, which shows the desirable future that is to be achieved in tourism; in the last objective four programs and ten intervention projects are structured, which mark the appropriate form so that the authorities can invest resources both in terms of facilities and necessary equipment to respond to the identified problem that influences the tourist development of the canton, this planning establishes a total budget of approximately \$ 1'789.457. It is concluded that the development plan will contribute to take advantage of its tourism potential, thought about the conservation and protection of its natural and cultural heritage, through the participation of all the actors involved in tourism processes, in such a way that the offer is inclusive, diverse , attractive and innovative, being able to generate alternatives that support the productive activities of the population and favor the good living of the locality.

KEYWORDS: TOURIST DEVELOPMENT - SUSTAINABLE TOURISM - TOURIST POTENTIAL.



XII. BIBLIOGRAFÍA

- Aching, C. (2007). *Ratios financieros y matemáticos de la mercadotecnia*. [pdf]. Consultado el 17 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/cag2/cag2.zip>
- Aguila, M. (2000). *Como elaborar un proyecto*. (5ª. ed.). Buenos Aires: Lumen Humanitas.
- Aispur, G. (2012). *Proyecto educativo institucional, diseño de proyectos con enfoque al Marco lógico*. Quito, Ecuador: Educatemas.
- Arauz, I. (2012). Análisis del sistema turístico del cantón de Buenos Aires: insumo para un diseño de plan de desarrollo en turismo rural. [pdf]. Consultado 18 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/1199.zip>
- Arbeli, L. (2013). *Plan de desarrollo turístico municipal*. [pdf]. Consultado el 18 de enero del 2018. Disponible en: [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/32557/tesis%20leslie%207%20febrero%202013%20...%20\(2\).pdf?sequence=1](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/32557/tesis%20leslie%207%20febrero%202013%20...%20(2).pdf?sequence=1)
- Betancourt, D. (2017). Análisis de involucrados. Consultado el 18 de enero del 2018. Disponible en: <https://ingenioempresa.com/analisis-involucrados-marco-logico/>
- Boullón, R. (2016). Planificación del espacio turístico. [pdf]. Consultado el 19 de enero del 2018. Disponible en: http://www.aptae.pe/archivos_up/0107-planificacion-del-espacio-turistico-roberto-c-ballon.pdf
- Buhr, W. (2009). *Infrastructure of the Market Economy*. Alemania: Volkswirtschaftliche Diskussionsbeiträge.
- Business School, Universidad de Barcelona. (2016). Qué es un proyecto. Una definición práctica. Consultado el 10 de enero del 2018. Disponible en: <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/administracion-de-proyectos/que-es-un-proyecto-una-definicion-practica>
- Calderón, F. J. (2007). Distrito turístico rural un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta. especial referencia al caso Andaluz. (Tesis doctoral) Universidad de Andalucía. España. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/fjcv.zip>
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de investigación científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: San Marcos.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. (7ª. ed.). México: Mc Graw Hill,
- Coello, H. (2007). Diagnóstico participativo, diagnostico situacional. Consultado el 20 de enero del 2018. Disponible en:

http://boards5.melodysoft.com/1_Ms_Tec_Educ_Proj_Social/diagnostico-participativo-39.html

Collazos, J. (2002). *El estudio de mercado en los proyectos de inversión: análisis de la demanda*. (1ª. ed.). Perú: San Marcos.

Cotrina, S. (2013). Análisis de la demanda. Consultado el 10 de enero de 2018. Disponible en: <http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/estudio->

Crespo, M. (2015). Guía de diseño de proyectos sociales comunitarios bajo el enfoque del marco Lógico. Consultado el 15 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1487/1487.zip>

Departamento de Planificación de San José – Costa Rica. (2012). *Cómo elaborar un plan anual operativo*. Consultado el 20 de enero del 2018. Disponible en: https://ministeriopublico.poder-judicial.go.cr/circulares_comunicados/directrices_administ/dir-2012/08-12%20Anexo%201.pdf

Durán. (2013). *Las facilidades turísticas y su incidencia en la actividad ecoturística de las cavernas de Río Anzu Parroquia Mera Cantón Mera Provincia de Pastaza*. (Tesis de grado. Licenciado en Turismo y Hotelería). Universidad Técnica de Ambato. Ambato.

Duncan, J. R., & Lockwood, J. L. (2001). Biological conservation. Inglaterra: ScienceDirect.

Feltenstein, A., & J. Ha (1995). The role of infrastructure in mexican economic reform. The World Bank Economic Review. México.

Fisher, L. (2004). *Mercadotecnia*. (3ª. ed.). México: McGraw-Hill. p. 240.

Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos*. México: McGraw Hill.

Frasket, M. (2003). Tema 6: *La Demanda*. [pdf]. Consultado el 21 de enero del 2018. Disponible en: <https://www.uv.es/frasquem/dci/DirCom1TEMA6.pdf>

García Blanco, Á. (1992). El museo como centro de investigación del público. En *Política Científica*, 34. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia. Secretaría de Estado de Universidades e Investigación.

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mera. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial cantón Mera. Consultado el 10 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.municipiomera.gob.ec/imagenes/PDYOT/FaseIDiagnosticoMera2015-2025.pdf>

Green Consulting. (2011). Plan estratégico de desarrollo turístico del destino Cuenca y su área de influencia. Consultado el 21 de enero del 2018. Disponible en: <http://cuenca.com.ec/sites/default/files/01.%20Plan%20Estrategico%20de%20Desarrollo%20Tur%20C3%ADstico.pdf>

- Kloster, J. I. (2008). *Estudio sobre la posibilidad de introducción en el mercado de San Martín de los Andes de “Aquavit”, el nuevo concepto en cremas hidratantes faciales*. (Tesis de grado). Universidad Abierta Interamericana Sede Regional Rosario. Buenos Aires-Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/225762886/Tc-081606>
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D., & Cruz, I. (2004). *Marketing*. México: Pearson Educación.
- Ludewig, C. (2005). *Universo y muestreo*. Disponible en: <http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/muestreo.pdf>
- Naciones Unidas & Comisión Económica para América Latina y el Caribe. CEPAL. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. [pdf]. Recuperado de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf
- Mancheno, M. (2009). *Estructuración de la unidad técnica municipal de turismo del cantón La Troncal, provincia del cañar*. Biblioteca de la facultad de Recursos Naturales. (Tesis de grado. Ingeniero en Ecoturismo). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). *Resumen 2014: Turismo ecuatoriano en su mejor momento*. Consultado el 22 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/resumen-2014-turismo-ecuatoriano-en-su-mejor-momento/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador, (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Consultado el 22 de enero del 2018. Disponible en: http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. MAE. (2015). *Estadísticas del patrimonio natural. Datos de bosques, ecosistemas, especies, carbono y deforestación del Ecuador continental*. Consultado el 22 de enero del 2018. Disponible en: <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/346525/ESTADISTICAS+DE+PATRIMONIO+FINAL.pdf/b36fa0a7-0a63-4484-ab3e-e5c3732c284b>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú. (2010). *Qué es una demanda aparente*. Consultado el 22 de enero del 2018. Disponible en: <https://pymex.com/exportaciones-peruanas/aprenda-a-exportar/ique-es-una-demanda-aparente>
- Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital de España. (2012). *El Turismo*. Consultado el 23 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Moro, J. 2012, *Análisis de involucrados, herramientas de la Gestión Social*. Consultado el 17 de enero del 2018. Disponible en: http://dger.minem.gob.pe/ArchivosNormasTecnicas/Analisis_Involucrados-BI

- Olamendi, J.G. (2006). Estudio de mercado. Diccionario de Marketing. Consultado el 24 de enero del 2018. Disponible en:
<http://isabelgonzalezagcp.wikispaces.com/file/view/Diccionario+de+Marketing.pdf>
- Ordaz, V., & Saldaña García, G. (2005). Análisis y crítica de la metodología para la realización de planes regionales en el estado de Guanajuato. [pdf]. Consultado el 10 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/voz.zip>
- Organización Internacional del Trabajo. OIT. (2013). Proyectos y programas. Consultado el 23 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.ilo.org/global/programmes-and-projects>
- Organización Internacional del Trabajo. OIT. (2016). Guía Práctica sobre la Reducción de la Pobreza a través del Turismo en Zonas Rurales. [pdf]. Consultado el 25 de enero del 2018. Disponible en: https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/guia_pob_tur.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. FAO. (2008). *Diagnóstico rural participativo y planificación comunitaria*. Consultado el 10 de febrero del 2018. Disponible en: <http://www.fao.org/3/a-as491s.pdf>
- Organización Mundial del Turismo OMT. (2014). *¿Por qué el Turismo?* Consultado el 26 de enero del 2018. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2007). *Entender el turismo: glosario básico*. Consultado el 14 de enero del 2018. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Prado, A. (2012). Diagnóstico situacional. [blogspot]. Consultado el 10 de enero del 2018. Disponible en: <https://es.slideshare.net/azu444/dx-situacional>
- Pérez, N. (2017). ¿Qué es el interés compuesto y cómo te ayuda a proyectar tu inversión a largo plazo? Consultado el 12 de enero del 2018. Disponible en: <http://blog.eurekers.com/que-es-interes-compuesto-y-proyectar-inversion-a-largo-plazo>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2013). Plan de desarrollo. [blogspot]. Consultado el 20 de enero del 2018. Disponible en: <https://definicion.de/plan-de-desarrollo/>
- Ponce, H. (2007). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. [pdf]. Consultado el 21 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2006/hpt-FODA.htm>
- Quesada, R. (2010). *Elementos de turismo: teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: EUNED.
- Rebolledo, R. R. (2015). *El Plan Operativo Anual (POA)*. [blogspot]. Consultado el 14 de enero del 2018. Disponible en: <https://es.slideshare.net/miguelmorffe/el-plan-operativo-anual-51077431>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2004). Reglamento general a la ley de turismo. Decreto Ejecutivo 1186, Registro Oficial 244 de 5 de enero del 2004. Quito: Ministerio de Turismo.

- Saavedra Guzmán, R. (2001). *Planificación del desarrollo*, colecciones estudios de economía, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, pág. 36. Consultado el 21 de enero del 2018. Disponible en:
http://books.google.com.ec/books?id=rhq8XM1_10C&printsec=frontcover&hl=cl/wp-content/uploads/2017/06/20160804-ANUARIO-TURISMO-2015.pdf
- Salazar, P. (2008). *Gestión estratégica de negocios*. Consultado el 20 de enero del 2018. Disponible el:
<http://www.slideshare.net/itzamelchorh/analisis-situacional-de-la-orgnizacin>.
- Salgado, J. G. (2007). *Análisis situacional*. [pdf]. Consultado el 15 de enero del 2018. Disponible en:
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
- Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. Enciclopedia virtual. Consultado el 16 de enero del 2018. Disponible en:
<http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. SENPLADES. (2017). Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021. [pdf]. Consultado el 15 de enero del 2018. Disponible en:
http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. SENPLADES. (2012). Guía metodológica de planificación institucional. [pdf]. Consultado el 27 de enero del 2018. Disponible en:
<http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/03/GUIA-DE-PLANIFICACION-INSTITUCIONAL.pdf>
- Secretaría de Turismo de México SECTUR. (2015). Glosario de términos turísticos. [pdf]. Consultado el 26 de enero del 2018. Disponible en:
<http://www.interviajes.com.py/admin/img/pdfs/turismo1c-1q4.pdf>
- Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland, A. J. (1998). *Dirección y administración estratégicas, conceptos, casos y lecturas*. México: Mac Graw Hill
- Thompson, A., & Strickland A. J. (2001). *Administración estratégica conceptos y casos*. (11^a. ed.). México: Mc Graw Hill.
- Tierra, P. (2009). Texto básico de planificación territorial. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. Riobamba.
- Velázquez, E. (2013). Diagnostico situacional. Consultado el 17 de enero del 2018. Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos62/diagnostico-situacional/>
- Vignati, F. (2006). *Gestión de destinos turísticos. Cómo atraer personas a polos, ciudades y países*. Estados Unidos de América: Trillas.

Ponce, H. (2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Consultado el 23 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/292/29212108/>

Universidad Autónoma Indígena de México. (2011). Turismo empresarial. Consultado el 20 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.uaim.edu.mx/web-carreras/carreras/turismo%20empresarial/>

Universidad del Rosario de Bogotá – Colombia. (2010). Matriz de marco lógico una herramienta de formulación de proyectos. [pdf]. Consultado el 21 de enero del 2018. Disponible en: <http://www.urosario.edu.co/Internacionalizacion/Oportunidades-Cooperacion-Internacional/Documentos/DOCUMENTO-BANCO-MUNDIAL.PDF>

Yucta, P. (2002). *Diseño y formulación de proyectos eco turísticos*. Riobamba: Ecuador.

Zorrilla, S., & Torres X. (1992). *Guía para elaborar la tesis*. (2ª. ed.). México: Mc Graw Hill.

XIII. ANEXOS

A. ANEXO 1: Formato de encuesta para el estudio de demanda



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL CANTÓN MERA

Estimado turista, la Municipalidad del cantón Mera se encuentra realizando un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible, contar con su honesta participación al responder este cuestionario, permitirá conocer de mejor manera sus intereses, requerimientos y necesidades cuando realiza actividades turísticas. Agradecemos su colaboración.

¿Le gustaría visitar el cantón Mera, a 20 minutos de Puyo (el cual está rodeado de cascadas, ríos, cuevas, cavernas y asentamientos de culturas indígenas de la Amazonía)?		Si	
		No	
OFERTA TURÍSTICA			
¿Qué tipo de sitios o atractivos prefiere usted visitar?		¿Qué actividades prefiere realizar durante sus viajes?	
Naturales <input type="checkbox"/>	Culturales <input type="checkbox"/>	Convivencia con personas locales <input type="checkbox"/>	Aviturismo <input type="checkbox"/>
Ríos <input type="checkbox"/>	Grupos étnicos (intercambio cultural). <input type="checkbox"/>	Disfrutar de fiestas, cuentos y leyendas populares <input type="checkbox"/>	Cabalgata <input type="checkbox"/>
Cascadas <input type="checkbox"/>	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares <input type="checkbox"/>	Disfrutar comidas y bebidas tradicionales de la amazonia <input type="checkbox"/>	Canopy <input type="checkbox"/>
Manantiales <input type="checkbox"/>	Comidas y bebidas tradicionales <input type="checkbox"/>	Disfrutar de la música y danza tradicional <input type="checkbox"/>	Fotografía <input type="checkbox"/>
Cuevas <input type="checkbox"/>	Música y danza tradicional <input type="checkbox"/>	Agroturismo <input type="checkbox"/>	Kayaking <input type="checkbox"/>
Cavernas <input type="checkbox"/>	Artesanías <input type="checkbox"/>	Caminata por la selva <input type="checkbox"/>	Rafting <input type="checkbox"/>
Selva amazónica <input type="checkbox"/>	Jardines etnobotánicos <input type="checkbox"/>	Bicicleta <input type="checkbox"/>	Canyoning <input type="checkbox"/>
Parques nacionales <input type="checkbox"/>	Estaciones biológicas <input type="checkbox"/>		Paseos en canoa <input type="checkbox"/>
			Visita a cascadas <input type="checkbox"/>
			Baño en ríos y cascadas <input type="checkbox"/>
			Observac de flora y fauna <input type="checkbox"/>
Facilidades turísticas			
¿Qué tipo de facilidades turísticas ha utilizado?	Puntos de información turística <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>
	Centros de interpretación <input type="checkbox"/>	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>	Estacionamiento <input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	Señalética y <input type="checkbox"/>
	Torres de observación de la naturaleza <input type="checkbox"/>		señalización <input type="checkbox"/>
Motivo de viaje	¿Está satisfecho con el servicio de:?	¿Qué aspectos opina que se debe mejorar?	
Vacaciones <input type="checkbox"/>	Alojamiento <input type="checkbox"/>		
Visita a familiares y amigos <input type="checkbox"/>	Alimentación <input type="checkbox"/>		
Turismo <input type="checkbox"/>	Guianza <input type="checkbox"/>		
Otros (especifique) <input type="checkbox"/>	Transporte <input type="checkbox"/>		

5. FRECUENCIA DE VISITA										¿Cuál es su gasto promedio diario por turismo (alojamiento, alimentación y actividades?) \$:_____
Modalidad de viaje	Agencia de viajes		Composición del grupo	Sólo		Duración del viaje				
	Independiente			Con amigos		Cuánto días				
	Otro			Familiares		Cuántas semanas				
¿Cuándo prefiere usted viajar			Método de pago		¿Le gustó su visita a Puyo?	Si				
A comienzos del año (enero a abril)			Efectivo			No				
Mediados del año (mayo a agosto)			Tarjeta de crédito		¿Volvería a visitar Puyo?	Si	¿Por qué?			
Final del año (septiembre a diciembre)			Otro			No				

2. INFORMACIÓN GENERAL				1. PERFIL DEMOGRÁFICO Y SOCIOECONÓMICO						
Principal fuente de información	Utilidad		Nacionalidad						<18	
	Si	No								
Familiares o amigos			Género	Masculino		Edad		18-25		
Libros				Femenino				26-33		
Agencias de viajes								34-40		
Guías turísticas publicadas			Nivel de educación	Primaria				41-47		
Internet				Secundaria			48-54			
Revistas, folletos, periódicos				Universitaria			55-61			
Televisión, radio				Maestría			>62			
Consulados o embajadas			Ocupación	Doctorado						
Aerolíneas										

Gracias por su colaboración ☺!!!

B. ANEXO 2: Formato de encuesta en el idioma inglés.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL CANTÓN MERA

Dear tourist, Mera Municipality is making a Sustainable Development Tourist Plan, we ask to answer this survey with sincerity and honesty, because it will help us to know your interest, needs and requirements when you travel. We thank your collaboration.

Would you like to visit Mera, a small and amazonic town, to 20 minutes from Puyo (It has rivers, waterfalls, caves, caverns and seven ethnic amazon groups)?		Yes	
		No	
TOURIST OFFER			
What kind tourist attractions would you prefer to visit?		What kind of activities do you prefer during your trips?	
Natural tourist attractions <input type="checkbox"/>	Cultural tourist attractions <input type="checkbox"/>	Coexistence with local people <input type="checkbox"/>	Bird watching <input type="checkbox"/>
Rivers <input type="checkbox"/>	Ethnic groups <input type="checkbox"/>	Enjoy festivals, tales and popular legends <input type="checkbox"/>	Horseback riding <input type="checkbox"/>
Waterfalls <input type="checkbox"/>	Religious manifestations traditions and popular beliefs <input type="checkbox"/>	Enjoy traditional food and drinks <input type="checkbox"/>	Zip-lining (canopy) <input type="checkbox"/>
Natural springs <input type="checkbox"/>	Traditional food and drinks <input type="checkbox"/>	Enjoy traditional music and dance <input type="checkbox"/>	Photography <input type="checkbox"/>
Caves <input type="checkbox"/>	Traditional music and dance <input type="checkbox"/>	Eco farm tourism <input type="checkbox"/>	Kayaking <input type="checkbox"/>
Caverns <input type="checkbox"/>	Handicrafts <input type="checkbox"/>	Treking <input type="checkbox"/>	Rafting <input type="checkbox"/>
Amazon jungle <input type="checkbox"/>	Ethnobotanical garden <input type="checkbox"/>	Caminata <input type="checkbox"/>	Canyoning <input type="checkbox"/>
National parks <input type="checkbox"/>	Biological stations <input type="checkbox"/>		Canoe ride <input type="checkbox"/>
			Waterfalls visit <input type="checkbox"/>
			Bathing in rivers and waterfalls <input type="checkbox"/>
Tourist facilities			
When you visit a tourist attraction, what kind of tourist facilities have you used?	Tourist information point <input type="checkbox"/>	Walking trails <input type="checkbox"/>	Sanitary bathrooms <input type="checkbox"/>
	Interpretation centers <input type="checkbox"/>	Shade and rest station <input type="checkbox"/>	Parking <input type="checkbox"/>
	Viewpoints <input type="checkbox"/>	Camping area <input type="checkbox"/>	Signaling <input type="checkbox"/>
	Observation tower of nature <input type="checkbox"/>		
Reason for trip	Are you satisfied with the following service?	Whats aspects do you think should be improve?	
Vacation <input type="checkbox"/>	Accommodation Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
Visit to friends and family <input type="checkbox"/>	Food: Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
Tourism <input type="checkbox"/>	Tour guide service: Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
Others (specify) <input type="checkbox"/>	Transporte: Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		

5. FREQUENCY OF VISIT						How much is your tourist average spend per day (Acomm, food, transportation and activities) \$:
Modality of trip	Travel agency	Group composition	Alone	Duration of your trip		
	Independent		Friends	How many days?		
	Others		Family	How many weeks?		
When do you prefer to travel?		Method of payment	Did you like your visit to Puyo?	Yes	No	Why?
Beginning of the year (Jan to Apr)		Cash		No		What is the next destination to visit?
Middle of the year (May to Agost)		Credit card		Yes		
End of the year (Sept to Dec)		Other		No		

2. GENERAL INFORMATION OF BAÑOS			1. DEMOGRAPHIC AND SOCIOECONOMIC PROFILE					
Main source of information	Usefulness		Occupation			Age	<18	
	Yes	No	Gender	Male			18-25	
Family and friends				Female			26-33	
Books			Education level	None			34-40	
Travel Agency				School			41-47	
Published guides				High school			48-54	
Internet				University			55-61	
Magazines, brochures, newspaper				Postgraduate			>62	
Television, radio				Doctorate				
Consulate or embassies			Nationality					
Airlines								

Thank you for your collaboration ☺!!!

ANEXO 3: Ficha de inventario de atractivos turísticos.

3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																							
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Clima:		CÁLIDO HÚMEDO			b. Temperatura(°C):		20,4		c. Precipitación Pluviométrica (mm):		4075												
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																							
a. Cultura		<input checked="" type="checkbox"/>			b. Naturaleza		<input type="checkbox"/>		c. Aventura		<input type="checkbox"/>												
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																							
a. Prístino		<input type="checkbox"/>			b. Primitivo		<input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural		<input type="checkbox"/>												
d. Rural		<input type="checkbox"/>			e. Urbano		<input checked="" type="checkbox"/>																
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención																			
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar															
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>		8:00	16:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto												
Restringido		<input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto												
Pagado		<input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto												
d. Maneja un sistema de reservas:				<input type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:		Efectivo		<input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		<input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>	
e. Precio:		Desde		0,00				Hasta		0,00		Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		Cheque		<input type="checkbox"/>	
g. Meses recomendables de visita:				TODO EL AÑO																			
Observaciones:				EXISTE ESTE TIPO DE INGRESO AL RECURSO DEBIDO QUE ES UN PARQUE DE USO PÚBLICO																			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI		<input checked="" type="checkbox"/>		NO		<input type="checkbox"/>		SI/		<input type="checkbox"/>			
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										MERA													
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:				0		km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00		h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:		1°27'637"5		Long.:		73°6'4840"0	
Observaciones:				EL PARQUE SE ENCUENTRA EN EL CENTRO, MOTIVO POR EL CUAL NO SE TOMA DISTANCIA NI TIEMPO DE DESPLAZAMIENTO																			
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																							
a. Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado									
				a. Primer orden		<input checked="" type="checkbox"/>		nnn		mmm		0		ASFALTO		Bueno							
				b. Segundo orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto									
				c. Tercer orden		<input type="checkbox"/>		0		0		0		texto									
Observaciones:				LA VIA SE ENCUENTRA EN BUENAS CONDICIONES PARA PODER ACCEDER AL ATRACTIVO.																			
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado							
		Lacustre		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto									
		Fluvial		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto									
Observaciones:				EL ACCESO AL PARQUE DE MERA ES ÚNICAMENTE POR VÍA TERRESTRE.																			
c. Aéreo (U)		<input type="checkbox"/>		Nacional:		<input type="checkbox"/>		Internacional:		<input type="checkbox"/>													
Observaciones:				EL ACCESO AL PARQUE DE MERA ES ÚNICAMENTE POR VÍA TERRESTRE.																			

4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input type="checkbox"/>	d. Taxi	<input type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	f. Teleférico	<input type="checkbox"/>
g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique							
Observaciones:		EL TRANSPORTE QUE CIRCUla POR ALREDEDOR DEL RECURSO SON LOS BUSES URBANOS O SINO LOS BUSES INTERPROVINCIALES O AUTOMOVILES DIARIAMENTE									
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
				Diana	Semanal	Mensual	Eventual				
CIA TRANS MERA S.A		PARQUE CENTRAL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CENTRO DE MERA AL PUYO,SHELL			
SAN FRANCISCO		PARQUE CENTRAL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PUYO_AMBATO_PUYO			
BAÑOS		PARQUE CENTRAL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BAÑO_PUYO_BAÑOS			
SANGAY		PARQUE CENTRAL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	RIOBAMBA_PUYO_RIOBAMBA			
RIOBAMBA		PARQUE CENTRAL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	RIOBAMBA_PUYO_RIOBAMBA			
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
General	<input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible	<input type="checkbox"/>
Observaciones:		CUENTA CON RAMPAS DE ACCESO AL PARQUE.									
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>											
a. Señalización de aproximación al atractivo		<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)		Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:		NO EXISTE SEÑALÉTICA QUE INDIQUE APROXIMACIÓN AL PARQUE, PUESTO QUE ES PARTE DE LA PEQUEÑA ZONA URBANA DE LA CIUDAD.									
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>											
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>						
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	2	23	60		
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	10	56		
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: texto					Observaciones: EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA EN LA CIUDAD DE MERA, A UN 1 KM DE DISTANCIA APROXIMADAMENTE DE DOS DE ESTOS ESTABLECIMIENTOS.						

Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>				Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>				Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>			0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>			8	72	288
Cafeterías	<input type="checkbox"/>			0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>			0	0	0
Bares	<input type="checkbox"/>			0	0	0	Bares	<input checked="" type="checkbox"/>			5	45	176
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>			0	0	0	Fuentes de soda	<input checked="" type="checkbox"/>			2	13	52
Observaciones: texto							Observaciones: EL POBLADO MÁS CERCANO ES SHELL A 8 KM DE DISTANCIA DEL ATRACTIVO. TAMBIÉN EXISTEN ESTABLECIMIENTOS DE SIMILAR SERVICIO EN LA MISMA CIUDAD QUE SE ENCUENTRA EL ATRACTIVO.						
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>				Establecimientos registrados			Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>				Establecimientos registrados		
Mayoristas				0			Mayoristas				0		
Internacionales				0			Internacionales				0		
Operadoras				0			Operadoras				1		
Observaciones: texto							Observaciones: A 8 KM DE DISTANCIA UNA OPERADORA REALIZA ACTIVIDADES DE TURISMO VIVENCIAL EN LAS COMUNIDADES DEL SECTOR.						
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0		Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0		<input checked="" type="checkbox"/>	4	1	3	Aventura	0	
Observaciones:							Observaciones: PARA MAYOR INFORMACIÓN SOBRE LOS GUÍAS COMUNICARSE CON EL ITUR DE MERA (032790273)						

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
						B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur <input checked="" type="checkbox"/>	1	LAT:12°37.4"S_LON:78°06'48.8"W	GAD MERA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardianía <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	1	LAT:1°27'632"S_LON:78°46'857"O	GAD MERA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	1	LAT:1°27'661"S_LON:78°6'857"O	GAD MERA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input checked="" type="checkbox"/>	1	LAT:1°27'655"S_LON:78°6'844"O	GAD MERA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: LAS FACILIDADES REGISTRADAS DE ACUERDO A ESTE ATRACTIVO SON SUFICIENTES Y SE ENCUENTRAN EN BUEN ESTADO.								

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
			Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>
			Otro <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: CORRESPONSAL NO BANCARIO DEL BANCO PICHINCHA (MI VECINO)		Especifique: BANCO GENERAL RUMIÑAHUI BGR	
Observaciones: CORRESPONSAL NO BANCARIO DEL BANCO PICHINCHA (MI VECINO)			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: POR LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS HUMEDAD Y PRECIPITACIÓN			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input checked="" type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearí a <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: texto		
Observaciones: NO EXISTE UN MANTENIMIENTO ADECUADO POR PARTE DE LOS ENCARGADOS (GAD MERA), MOTIVO POR LO CUAL EXISTE DESMORONAMIENTO DEL RECUBRIMIENTO DE LA CERÁMICA DEL PISO DEL PARQUE.			

6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>
c. En proceso de deterioro	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones: POR LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS DE HUMEDAD Y PRECIPITACIÓN			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>
		f. Huaquearías	<input type="checkbox"/>
		g. Conflicto de tenencia	<input checked="" type="checkbox"/>
		h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
		i. Falta de mantenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>
		j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>
		k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
		l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
		m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>
		n. Desarrollo industrial / comercial	<input checked="" type="checkbox"/>
		o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique: texto	
Observaciones: POR LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS DE HUMEDAD Y PRECIPITACIÓN			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarante:	texto	b. Denominación:	texto
b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones: NO CUENTA CON DECLARATORIA			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>	Agua:	<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:	EL AGUA ES ENTUBADA	Especifique:	EL AGUA ES ENTUBADA
Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica:	<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:	SISTEMA ALUMBRADO PÚBLICO	Especifique:	SISTEMA ALUMBRADO PÚBLICO
Saneamiento:	<input type="checkbox"/>	Saneamiento:	<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:	texto	Especifique:	LA MAYORÍA DE LA POBLACIÓN ELIMINA LAS AGUAS SERVIDAS POR EL SISTEMA DE RED PÚBLICA DE ALCANTARILLADO
Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/>	Disposición de desechos:	<input checked="" type="checkbox"/>
Especifique:	TACHOS CON FUNDAS PLÁSTICAS	Especifique:	TACHOS CON FUNDAS PLÁSTICAS
Observaciones: NO ESTUDIOS SOBRE LA CALIDA DE AGUA.			

7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	texto							
Observaciones:		EN EL ATRACTIVO SE ENCUENTRAN LETREROS DE DIRECCIONAMIENTO HACIA OTROS ATRACTIVOS DEL CANTÓN, EL CUAL SE ENCUENTRA EN PROCESO DE DETERIORO.						

7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0		Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad		
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0		Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		1	
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0		Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0		Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	
Otros	<input type="checkbox"/>		0		Otros	<input type="checkbox"/>		0	
Observaciones: A 5 CUADRAS (500 M) DEL RECURSO									
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto						
b. Policía nacional	<input checked="" type="checkbox"/>		UPC DE MERA						
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto						
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto						
Observaciones: NO HAY CONTROL PERMANENTE									
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		
Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>			Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input checked="" type="checkbox"/>			Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input checked="" type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		
Satelital <input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>					Satelital <input checked="" type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: RED WIFI DE ACCESO PÚBLICO EN EL ATRACTIVO.									
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>									
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>				
Observaciones: SERVICIO DE COMUNICACIÓN NO NECESARIO									
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input checked="" type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input checked="" type="checkbox"/>			
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		<input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento.		Nombre del documento:		Año de elaboración:	
Observaciones: NO SE CUENTA CON UN PLAN DE CONTINGENCIAS.									

8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: EN EL 2017 SE TIENE PROYECTADO LA IMPLEMENTACIÓN DE AGUA POTABLE							

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	
texto							
Observaciones: EXISTEN ORDENANZAS PARA LOS BIENES DE USO PÚBLICO DE MANERA GENERAL.							

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)							
9.1.1 En el Agua (M)		<input type="checkbox"/>					
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
e. Surf	<input type="checkbox"/>	f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>
i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>
q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boga	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
texto							
Observaciones: SITIO APTO PARA FOTOGRAFÍA Y CAMINATAS DE CORTA DURACIÓN.							
9.1.2 En el Aire (M)		<input type="checkbox"/>					
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
texto							
Observaciones: NO APTO PARA LA PRÁCTICA DE ESTAS ACTIVIDADES.							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)		<input checked="" type="checkbox"/>					
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnico	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	texto			
Observaciones: CAMINATA DE CORTA DURACIÓN EN EL PARQUE POR SUS CARACTERÍSTICAS.							

9.2 ATRACTIVOS CULTURALES <input type="checkbox"/> (U)			
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto
Observaciones: DE JUEVES A DOMINGO ES POSIBLE COMPRAR ALGUNAS ARTESANÍAS QUE SE VENDEN JUNTO AL PARQUE.			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción	
a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/>	URL: https://issuu.com/coliko/docs/guia_turistica	Anual	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna	
Observaciones: texto			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto			
Observaciones: texto			

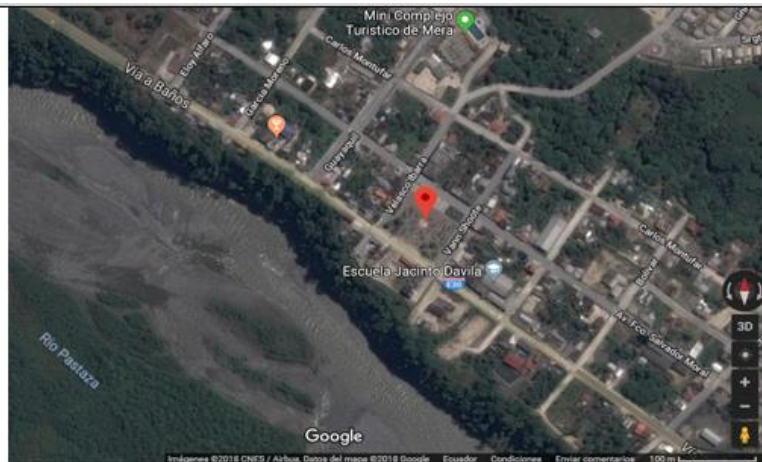
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos										<input checked="" type="checkbox"/>							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro			
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: Ninguna			
c. Temporalidad de visita al atractivo																	
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto						Número de visitantes	0							
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto							0							
d. Llegada de turistas																	
<input type="checkbox"/> Turista nacional				Llegadas mensuales		Total anual		<input type="checkbox"/> Turista extranjero				Llegadas mensuales		Total Anual			
Ciudades de origen	texto		0		0		Países de origen	texto		0		0					
	texto		0		0			texto		0		0					
	texto		0		0			texto		0		0					
Observaciones:										texto							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave																	
Nombre del Informante Clave:										MARITZA VILLARDEL		Contactos:		(+593) 32790273			
Demanda según días de visita						<input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita						<input type="checkbox"/>			
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:										texto							
12. RECURSO HUMANO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input checked="" type="checkbox"/>		
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo										<input checked="" type="checkbox"/>	2	d. Número de personas especializadas en turismo				<input type="checkbox"/>	0
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				<input checked="" type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M)				<input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)				<input type="checkbox"/>	
Primaria	0	Secundaria	1	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0						
Tercer Nivel	3	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0						
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto						
Observaciones:										EL PARQUE ES UN BIEN PÚBLICO QUE FORMA PARTE DE LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN, EL CUAL ES ADMINISTRADO Y COORDINADO ENTRE LA ALCALDÍA Y LA UNIDAD DE TURISMO DEL CANTÓN.							
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																	
<p>ES UN ESPACIO RECREATIVO FAMILIAR, QUE SE ENCUENTRA UBICADO EN LA ZONA CENTRAL URBANA DE LA CABECERA CANTONAL, CUENTA CON PEQUEÑAS ÁREAS VERDES, PARCELAS PARA CAMINAR, CANCHAS DEPORTIVAS DE BASQUET, ÍNDOR, JUEGOS INFANTILES PARA LA DIVERSIÓN DE LOS MÁS PEQUEÑOS, ESPACIO PÚBLICO ABIERTO Y GRATUITO DE MANERA PERMANENTE. ES RECOMENDABLE LLEVAR UNA CÁMARA FOTOGRÁFICA.</p>																	

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: EQUIPO TÉCNICO MERA, 2018.



Fuente: GOOGLE MAPS, 2018

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	EQUIPO TECNICO MERA	Apellido y Nombre	LUCIO LILY	Apellido y Nombre	TIERRA PATRICIA
Institución	ESPOCH	Institución	ESPOCH	Institución	ESPOCH
Cargo	ESTUDIANTES	Cargo	TESISTA	Cargo	DOCENTE
Correo Electrónico	madrianaminayagmail.com	Correo Electrónico	lily_dic@hotmail.com	Correo Electrónico	nancytierra@gmail.com
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	23/6/2018	Fecha	23/6/2018	Fecha	